

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav pro archeologii



Diplomová práce

Bc. Lucie Laštíková

Reflexe a popularizace archeologie v médiích

Reflection and popularization of archaeology in the mass media

Praha 2015

Vedoucí práce: PhDr. Zuzana Bláhová, PhD.

Poděkování

Ráda bych poděkovala především PhDr. Zuzaně Bláhové, PhD. za pomoc při propojení dvou zdánlivě neslučitelných světů, a to světa žurnalistického a archeologického. Dále bych chtěla vyjádřit upřímné díky předsedovi představenstva, majiteli a zakladateli společnosti NEWTON Media, a.s. Ing. Petru Herianovi za poskytnutí bezplatného přístupu do mediální databáze MEDIASEARCH.

Poděkování si rovněž zaslouží všichni novináři, novinářky, archeologové a archeoložky, kteří si udělali čas a věnovali se vyplnění krátkého dotazníku, který je součástí mé práce.

V neposlední řadě bych chtěla poděkovat Ústavu pro archeologii za takřka mateřskou záštitu a možnost napsání této práce. Nejbližší rodině, především mamince, za veškerou podporu které se mi dostalo a bez které bych nemohla vůbec studovat, příteli za trpělivost.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 13. července 2015

Lucie Laščíková

Abstrakt

Práce se zabývá analýzou archeologických témat publikovaných od 1. ledna 2014 do 31. prosince 2014 ve vybraných českých médiích, a to v denících Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES, dále je zpracován bulvární deník Blesk a online mutace všech výše zmíněných deníků - www.novinky.cz, www.lidovky.cz, www.iHNed.cz, www.idnes.cz, www.denik.cz a www.blesk.cz. Na základě rozboru otištěných článků vyexportovaných z mediální databáze společnosti NEWTON Media, a.s. a online dotazníků, které vyplňovali jak novináři a novinářky, tak archeologové a archeoložky, jsem v práci definovala základní pravidla vzájemné komunikace mezi archeology a novináři, včetně komunikačních úskalí, ke kterým může při střetu těchto dvou světů dojít. Diplomová práce rovněž obsahuje databázi redakcí a aktivních novinářů a novinářek, kteří se danou problematikou zabývají, včetně kontaktů na ně, pro usnadnění práce archeologů při snaze o medializaci vlastních výzkumů a řady dalších archeologických projektů.

Klíčová slova

Archeologie, hromadné sdělovací prostředky, denní tisk, veřejnost, infotainment, novinář, noviny, komunikace, medializace, popularizace

Abstract

The paper analyzes the archaeological topics published from the 1st January 2014 until the last day of the 2014 in selected Czech media, specifically in the newspapers called Právo, Hospodářské noviny, Mladá fronta Dnes. Examined is also tabloid Blesk. Included are also their online portals - www.novinky.cz, www.lidovky.cz, www.iHNed.cz, www.idnes.cz, www.denik.cz and www.blesk.cz. Based on the analysis reproduced articles exported from the media database and based on the online questionnaires that were used to question journalists and archaeologists redefined the basic rules of communication between them, including communication difficulties which may arise during common cooperation. The thesis also contains a database of the editors and active journalists who deal with such problems, including their work contacts, to facilitate the work of archaeologists attempt at media coverage of their own research, and many other archaeological projects.

Keywords

Archaeology, mass media, daily press, publicity, infotainment, journalist, newspaper, communication, medialisatation, popularization

SVAZEK I

Obsah

1. ÚVOD	8
1. FUNGOVÁNÍ MÉDIÍ	11
2. ZÁSADY SPRÁVNÉ KOMUNIKACE MEZI ARCHEOLOGY A NOVINÁŘI	13
2.1. MYSLETE NA BĚŽNÉHO ČTENÁŘE, DIVÁKA NEBO POSLUCHAČE	13
2.2. JAK SPRÁVNĚ NABÍZET TÉMATA	14
2.3. KOMU A KAM NABÍZET TÉMATA	16
2.4. AUTORIZACE	19
2.5. PŘEHLED ČTENOSTI A NÁKLADU ČESKÝCH MÉDIÍ	20
3. ARCHEOLOGOVÉ A NOVINÁŘI	22
3.1. METODIKA A OTÁZKY DOTAZNÍKU PRO NOVINÁŘE A ARCHEOLOGY	22
3.1.1. DOTAZNÍK PRO NOVINÁŘE	22
3.1.2. DOTAZNÍK PRO ARCHEOLOGY	25
3.2. DATA ZÍSKANÁ Z DOTAZNÍKOVÉHO PRŮZKUMU	27
4. PŘEHLED ARCHEOLOGICKÉ PROBLEMATIKY V MÉDIÍCH V ROCE 2014	44
4.1. METODIKA SBÍRÁNÍ DAT	44
4.2. POVAHA A SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V JEDNOTLIVÝCH MÉDIÍCH	45
4.2.1. SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V HOSPODÁŘSKÝCH NOVINÁCH A NA WEBU IHNEP.CZ	45
4.2.2. SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V LIDOVÝCH NOVINÁCH A NA WEBU LIDOVKY.CZ	49
4.2.3. SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V BULVÁRNÍM DENÍKU BLESK A NA JEHO WEBOVÝCH STRÁNKÁCH WWW.BLESK.CZ	54
4.2.4. SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V DENÍKU PRÁVO A NA JEHO WEBOVÝCH STRÁNKÁCH WWW.NOVINKY.CZ	57
4.2.5. SPECIFIKA PUBLIKOVANÝCH INFORMACÍ V DENÍKU MLADÁ FRONTA DNES A NA JEHO ZPRAVODAJSKÝCH WEBOVÝCH STRÁNKÁCH WWW.ZPRAVY.IDNES.CZ	60
5. MEDIÁLNÍ BLUDY A POLOPRAVDY TRADOVANÉ O ARCHEOLOGII, ARCHEOLOZÍCH A JEJICH PRÁCI	63
5.1. FÁMA TYRANOSAURA REXE A TUTANCHAMONŮV MÝTUS	63
5.2. BLUD INDIANA JONESE A LARY CROFT	64

5.3. MÝTUS LOVCŮ POKLADŮ	65
5.4. MÓDNÍ VLNY ARCHEOLOGIE	67
5.5. ARCHEOLOGOVÉ JAKO KOPÁČI	68
5.6. STŘEPY A HROMADY STŘEPŮ	68
6. ZÁVĚR	70
7. PORTÁLY UVEŘEJŇUJÍCÍ POZVÁNKY NA AKCE	72
8. SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ	73
9. OBRAZOVÉ PŘÍLOHY	75

Seznam použitých zkratk

ABC ČR - Audit Bureau of Circulations (Kancelář ověřování nákladu tisku)

ČTK - Česká tisková kancelář

HLP - hluboce lidský příběh

IT - informační technologie

MŠMT - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

NPÚ - Národní památkový ústav

PN - prodaný náklad

TN - tištěný náklad

VLP - Vltava Labe Press

1. Úvod

O nutnosti přiblížení archeologie lidem se ví již několik let. Na ústavech a katedrách archeologie se hojně diskutuje jak dostat archeologickou problematiku do povědomí obyčejného člověka, jak zaujmout zcela laickou, méně či více odbornou veřejnost. Vyučovány jsou nové předměty, zaměřené na danou problematiku¹, které mají za cíl připravit a vzdělat mladé archeology a archeoložky tak, aby byli schopni běžným lidem sdělit důležité a zajímavé informace ze svého oboru a nalákat je na své aktivity.² Zcela logicky vede cesta do společnosti přes média. Je potřeba nastolovat vědecká témata zábavnou formou, vzdělávat a popularizovat.³ Ale jak donutit novináře aby se věnovali archeologickým tématům? A jak se vyvarovat publikování faktických chyb a příliš zobecňujících textů, které se v médiích často objevují?

¹ V Ústavu pro archeologii Filozofické fakulty Univerzity Karlovy je vyučován doc. PhDr. Miroslavem Popelkou, CSc. předmět Archeologie a veřejnost (<http://uprav.ff.cuni.cz/?q=node/273>). Stejnomený předmět je vyučován také na Katedře archeologie Filozofické fakulty Univerzity Hradec Králové archeologem doc. PhDr. Radomírem Tichým, Ph.D. Od roku 2007 je rovněž pravidelně jednou ročně pořádána konference Archeologie a veřejnost. Všechny příspěvky této konference jsou vydávány ve sborníku (např. http://www.archeologienadosah.cz/sites/default/files/naki/workshop_sbornik_final.pdf).

² V posledních několika letech se problematice archeologie a veřejnosti věnuje několik diplomových a disertačních prací, např. diplomová práce Archeologie a veřejnost - vztah vědního oboru a laické veřejnosti Veroniky Mikešové (Univerzita Karlova, Praha 2012), dostupná na http://www.academia.edu/1993983/Archeologie_a_veřejnost_-_vztah_vědn%C3%ADho_oboru_a_laické_veřejnosti, diplomová práce Dominiky Kožešníkové zaměřená na téma Komunikace archeologie s veřejností (Západočeská univerzita, Plzeň 2014), dostupná na <https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/handle/11025/14406/Diplomova%20prace%20-%20Dominika%20Kozesnikova.pdf?sequence=1>, a také disertační práce Jana Doláka Presentace archeologie (Masarykova univerzita, Brno 2012), dostupná na http://is.muni.cz/th/69885/ff_d/.

³ V současnosti považuji za velmi zdařilý projekt, který se snaží propojit jak archeology s veřejností, tak i získat pozornost médií, edukační iniciativu spravovanou Národním muzeem Archeologie na dosah s podtitulem Edukace a prezentace archeologického kulturního dědictví (www.archeologienadosah.cz). Rovněž zajímavým počinem přibližujícím archeologii veřejnosti jsou webové stránky <http://www.cestyarcheologie.cz>, nad kterými převzal záštitu Ústav archeologické památkové péče středních Čech.

Diplomová práce je obsahovou analýzou vybraných hlavních českých zpravodajských médií a jejich online mutací za rok 2014. Na základě databáze MEDIASEARCH společnosti NEWTON Media, a.s. jsem zjišťovala, v jaké míře a kvalitě se nejvýznamnější české deníky Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES a Blesk věnují archeologické problematice a s jakou četností a pravidelností se zprávy o probíhajících výzkumech či ojedinělých nálezech objevují na jejich papírových a internetových stránkách. Součástí mého bádání bylo také potvrzení nebo vyvrácení myšlenky archeologa Slavomila Vencla, který ještě v roce 2009 uváděl, že média píšou o archeologických tématech pouze v souvislosti s ničením archeologických památek stavbaři a ve spojení s informacemi o věčných bojích mezi archeology a investory (Vencl 2009, 564). Kontrolou a analýzou rozsáhlého souboru publikovaných článků a zpráv bych ráda podala svědectví o tom, jak se po pěti letech změnilo mediální prostředí, jak je o archeologické problematice prostřednictvím vybraných médií informována veřejnost a jak novináři a novinářky s archeologickými tématy pracují.

Podstatnou část příloh práce tvoří názorné ukázky publikovaných zpráv a příspěvků v roce 2014, ve kterých se objevuje archeologická problematika. Snažím se poukazovat na klišé a polopravdy či vyložené nepravdy, kterých se novináři při psaní příspěvků s archeologickou tematikou dopustili. Na konkrétních případech demonstruji, jak k omylům dochází, a jakým způsobem se jim do budoucna vyvarovat tak, aby nedocházelo ke zbytečné mystifikaci mediálního publika⁴, tedy aby veřejnosti a čtenářům byly předkládány ucelené a pravdivé informace. Vzhledem k tomu, že přímo k problematice komunikace mezi zástupci médií a archeology není dostupná takřka žádná literatura, vycházím

⁴ "Podstatná moc médií spočívá v tom, že se podílejí na socializaci jednotlivce, na jeho včlenění do společnosti, a tím jak na formování jedince, tak na utváření podoby společnosti a vztahů, které v ní panují" (Burton - Jiráček 2001, 15). Pokud nebudou archeologové využívat moci médií správně, trpělivě vysvětlovat a vylepšovat povědomí o archeologické profesi a klást důraz na důležitost archeologického kulturního dědictví, bude i nadále panovat ve společnosti mýtus archeologa jako sběrače nedůležitých střepů a kopáče, jehož práce brzdí rozvoj infrastruktury a stojí daňové poplatníky nemalé peníze.

zejména právě z publikovaných článků a případně také informací, které mi obě strany, novináři a odborníci poskytl v dotazníku, e-mailem či telefonicky na základně přímých dotazů k tématu.

Je potřeba nalézt vzájemnou shodu mezi archeology a novináři a zformulovat zásady správné komunikace mezi oběma stranami. V této práci se pokusím archeologům nastínit způsob fungování médií tak, aby je mohli využít ku prospěchu pozitivního vnímání archeologie a do budoucna se vyvarovali chyb a klišé, které z důvodu nedostatečné odbornosti novinářů a taktéž často z neochoty archeologů spolupracovat a vysvětlovat vznikají. Rovněž z krátkého dotazníku, jež byl upraven a rozeslán oběma stranám, archeologům i novinářům, jsou interpretována data, napomáhající k vyjasnění základních komunikačních úskalí a demonstrující názory a postoje obou povolání při vzájemné interakci.

1. Fungování médií

“Abychom správně pochopili fungování médií, musíme si v první řadě uvědomit jejich funkci. K čemu daná média mají opravdu sloužit a co skutečně dělají, jaký je účel jejich existence” (*Burton - Jirák 2001, 140*).⁵ Každý mediální dům má svá pracovní specifika a jednotlivé redakce fungují odlišně. Jedno však mají všichni společné, a to nedostatek financí, nedostatek času, stres a tlak, pod kterým jejich zaměstnanci pracují.

Novináři a novinářky běžných mainstreamových médií si v drtivé většině případů nemohou dovolit zpracovávat témata dlouhodobě a sledovat jejich vývoj. V článcích a zprávách se stále více objevují pouze ta nejdůležitější fakta a zběžné informace. Jen málokdy se autor či autorka zpravodajských médií dostanou k tomu, aby se dané problematice věnovali opravdu pečlivě a popsali vše do nejmenších detailů.

V posledních letech následkem snižování stavů v mediálních domech vymizelo povolání editora v užším slova smyslu⁶, krom faktické správnosti je v současné době rovněž velmi málo kontrolovaná správnost gramatická a úroveň mediálních výstupů tak bohužel výrazně klesá. Pravidlem není také specializace autora či autorky na jednu či více oblastí, nedochází k úzké profilaci kulturních, politických či sportovních redaktorů,⁷ ale

⁵ Jednou z hlavních funkcí každého média by mělo být poskytovat informace, tedy informovat (*Burton - Jirák 2001, 140*). Tato funkce však v současné době nemusí být naplněna obzvláště u médií, které jsou v zájmu osobních vlastníků. Čistě hypoteticky se tedy může stát, že pokud je vlastníkem neveřejnoprávního média podnikatel, politik či vlastník stavební firmy, může být tato funkce potlačena a nahrazena funkcí prosazování vlastních zájmů.

⁶ Osoba editora, jakožto kontrolora gramatické a stylistické správnosti, je nahrazena člověkem z řad běžných členů redakce, jež má v daný den na starosti tištěné vydání, či kontrolu publikovaných online článků. U velkých médií záleží na tom, kdo má zrovna službu.

⁷ Výjimkou jsou publicističtí novináři v užším slova smyslu, např. komentátoři si svou specializaci nadále udrželi a v novinách se věnují výhradně psaní komentářů, úvodníků atd.

všichni píší z důvodu nedostatečného množství financí redakce a tedy nedostatečného množství zaměstnanců, prakticky o všem.

Výjimkou jsou odborná periodika, kterými se ale v mé práci nebudeme zabírat vzhledem k tomu, že cílová skupina jejich čtenářů a odběratelů je jiná než u mainstreamových zpravodajských médií.⁸

Hromadné sdělovací prostředky můžeme rozdělit na tři základní typy podle formy, kterou šíří svůj obsah, a to na média tištěná, audiovizuální a online média. Každé toto médium má určité zákonitosti a postupy práce, které jsou pro něj specifické, proto je potřeba k zástupcům z těchto redakcí přistupovat odlišně.

Ve své práci se zaměřuji na vybraná tištěná zpravodajská média a jejich online mutace. Pro srovnání je obsahově analyzován také tištěný bulvární deník Blesk, jehož funkce není primárně informační, nýbrž zábavní a vymyká se pravidlům, která platí pro ostatní zkoumaná média, a to zejména formou svého obsahu a způsobem zpracovávání informací.⁹

⁸ Poučenou veřejnost již není natolik třeba oslovovat a edukovat. U poučené veřejnosti je potřeba udržet a prohlubovat zájem o daná témata, a tedy přizpůsobovat obsah natolik, aby se již vzdělaní čtenáři a čtenářky nenudili nebo naopak neztráceli v příliš náročné terminologii.

⁹ Zatímco informační média poskytují svému publiku důležité informace o dění ve světě, média, jejíž funkce je zábavní, se zaměřují na rozptýlení publika, jeho pobavení, potěšení a odvedení pozornosti svých odběratelů od běžných starostí a sociálních problémů. (*Burton - Jirák 2001, 142*).

2. Zásady správné komunikace mezi archeology a novináři

Být pouze archeologem dnes nestačí. Archeolog musí být i schopným manažerem a v neposlední řadě také popularizátorem svého oboru. Je potřeba aktivně spolupracovat s médii, navazovat kontakty se spřátelenými novináři a umět svá témata prodat zajímavě a hlavně srozumitelně.

2.1. Myslete na běžného čtenáře, diváka nebo posluchače

Základním pravidlem při vzájemné komunikaci s novináři je vyjadřovat se tak, aby to pochopila i “naše babička”. Stejným heslem se ve svém povolání řídí také novináři běžného zpravodajství. Texty píší jasně, srozumitelně, bez košatých vět plných odborných názvů. Pokud používáte v komunikaci s médii termíny, je potřeba je ihned srozumitelně a trpělivě vysvětlovat.

Na škodu není ani poskytnutí krátkých textů či odkazů na výňatky z odborné publikace o dané problematice novináři, třeba zasláním na e-mail. I když si novinář provede důkladnou rešerši, nemusí vycházet ze zdrojů, které jsou vždy relevantní, obzvláště pokud je hledá na internetu.

Pokud se archeologové budou vyjadřovat srozumitelně pro novináře, dokáže pak on správně zpracovat získaná data a z poskytnutých informací napsat kvalitní článek srozumitelný pro čtenáře, laickou veřejnost a nebude se uchylovat k přílišnému a mnohdy zbytečně chybnému zobecňování.

Jak ukázal nejen můj dotazníkový průzkum mezi profesionálními novináři, kteří se ve svých článcích potkali s běžnými archeologickými tématy, pouze část zaměstnanců redakcí má potřebné humanitní vzdělání, běžně se objevují novináři a novinářky s technicky zaměřeným vzděláním.

Titulem z historie, etnologie, filosofie či antropologie se pak můžou jednotliví novináři prokázat opravdu jen vzácně.

Novinářská profese jako taková nevyžaduje nutně vysokoškolské vzdělání, není proto žádným překvapením, že se poměrně často setkáváme s redaktory a redaktorkami, kteří své oficiální vzdělání ukončili maturitou a nadále se sebevzdělávají pouze v tématech, která je zajímají.

Stejně jako by vystudovaný archeolog pravděpodobně nebyl schopen napsat učené pojednání o všech Pythagorových větách, nemůžeme očekávat, že novinář, který má například politologický základ, přesně zadatuje a popíše pohřební výbavu v jednotlivých úsecích doby bronzové.

S tímto vědomím o znalostních úskalích je potřeba při rozhovorech přistupovat k novinářům jako k běžným lidem, kteří nemusí mít nutně ponětí o všem, co je pro odborníky na daná témata denním chlebem a zejména se při komunikaci vyvarovat profesnímu slangu. Vycházet musíme také z toho, že ne každý novinář provádí rozsáhlou přípravu k tématu, o kterém má psát, a že někdo řešerši neprovádí vůbec.

2.2. Jak správně nabízet témata

Klíčové je načasování. Velkou výhodou sezonních archeologických výzkumů je, že se realizují především v letních měsících, které se překrývají s tzv. okurkovou sezónou, dobou, kdy nezasedá parlament, většina české populace vybírá dovolenou a tudíž je toto období informačně a mediálně nezajímavé.

Období letních prázdnin je ideální dobou pro získání pozornosti novinářů, kteří budou vděční za každé zajímavé téma ke zpracování. Do novin tak snadněji dostanete pozvánku na novou expozici v muzeu i zprávu o objevení utajeného pohřebiště nebo například sumář dosud objevených nálezů z aktuálně probíhajícího výzkumu.

At' už budete volat do redakce nebo napíšete e-mail konkrétnímu novináři či novinářce, měli byste mít připraven krátký sumář s těmi nejzajímavějšími informacemi, které můžete do novin, do rozhlasu nebo televize či na internet nabídnout. Napište krátký článek nebo tiskovou zprávu, ze které může daný novinář vycházet. Skvěle funguje tzv. model obrácené pyramidy, kdy jsou informace podávány v pořadí, kde, kdy, co a případně redakčně dobře kratitelné, jak.¹⁰ Pokud se jedná o nález či zajímavou situaci, není na škodu poslat obrázek, byť vyfotografovaný pouze telefonem.

Titulek je kapitola sama pro sebe. Tomu, jak ho napsat správně, se někdy pořádně nenaučí ani zasloužilý novinář. Titulek není radno podcenit, protože je tou první a mnohdy i poslední věcí, kterou novinář, později čtenář uvidí, a proto je důležité se snažit zaujmout. Titulky běžně rozhodují o tom, zda se vůbec do čtení článků pustíme, a to neplatí jen o archeologických tématech. Napsat krátký, výstižný a zajímavý úvod mnohdy trvá déle než samotné tělo zprávy. Častou chybou je potřeba všeho vysvětlení již v titulku, kde se naopak nemusíme bránit ani rozumné bulvarizaci a nadsázce tématu, protože vše bude patřičně vysvětleno, doplněno a upřesněno v samotném textu.

Všeobecně média jeví zájem o všechno, co je nějakým způsobem neotřelé, zcela ojedinělé, originální, unikátní nebo neobvyklé. Nic nezkazíte ani superlativy - nejstarší, největší či nejbohatší nebo naopak negacemi. Obecně táhnou rovněž záhady a tajemno a veřejnost velmi dobře slyší na tzv. HLP - hluboce lidské příběhy. Na těchto příbězích můžete názorně ukázat těžký život lidí v minulosti na právě objeveném sídlišti, či bitvy a zbraně k tomu používané na odkrytém hradisku. Není nic jednoduššího než pravěký nález popsat povídáním o tom, jak a k čemu v dávných dobách sloužil, kdo s ním pracoval a proč se ho zbavil.

¹⁰ Problematikou správného psaní tiskových zpráv se zabývá spousta webových stránek. Zajímavé shrnutí naleznete na <http://jakoslovitmedia.cz/2012/03/16/jak-napsat-tiskovou-zpravu/> nebo na www.studio20.cz/jak-spravne-napsat-tiskovou-zpravu-pr-manual/. Není od věci mít dopředu připravené šablony, které např. můžete měnit pro různé nové objevy, výstavy, opakující se aktivity.

Archeologie je postavená na kontextech, tedy na detailech, které dohromady vyprávějí příběh.

Vzhledem k systematizaci práce novináře není od věci rozesílat tyto krátké články a tiskové zprávy, jejichž uplatnění naleznete hlavně v tiskových agenturách. U nás dobře funguje zejména Česká tisková kancelář, jejíž základní zpravodajství přebírají ostatní česká i zahraniční média a zvyšuje se tak možný dosah vámi zasláního textu či tiskové zprávy. Pokud zprávu napíšete chytlavě a věcně, je velká pravděpodobnost, že ji noviny, byť alespoň částečně, otisknou, nebo naopak upoutáte pozornost autora či autorky natolik, že se s vámi spojí a udělají například rozhovor nebo přijedou osobně natočit či napsat reportáž.

2.3. Komu a kam nabízet témata

Sázet na jistotu, i tak by se dalo nazvat další pravidlo, které se při snaze o medializaci archeologických témat vyplatí. Pokud má archeolog zájem, aby se o jeho práci, či činnosti instituce, kterou reprezentuje, psalo, měl by začít u redakcí, které jsou nejbližší, tedy v těch lokálního charakteru.¹¹

U regionálních mutací velkých médií a deníků je několikanásobně větší šanci, že budou mít o lokální téma zájem. Stejně pravidlo platí pro regionální týmy televizí a rozhlasu.

Nepodceňovat sílu bulváru. Jak dokládám v tabulce čtenosti českých médií, bulvární deník Blesk je již několik let tahounem mezi českými čtenáři, a také další bulvární tištěný deník AHA je pátým nejčtenějším

¹¹ V příloze své práce zveřejňuji seznam médií s kontakty, včetně těch regionálních, plus list novinářů a novinářek, kteří se alespoň částečně věnují archeologické problematice v mainstreamových médiích. Pro možnost avizování archeologických událostí doplňuji seznam kulturních novinářů a novinářek. Uvádím také základní seznam webových portálů, na kterých je možné vystavit pozvánku konkrétní akce pro veřejnost.

deníkem v České republice. Ať se nám to líbí, nebo ne, téměř třístatisícový náklad Blesku s ještě čtyřnásobně vyšší čteností prozrazuje, že plátky tohoto typu jsou v naší společnosti dlouhodobě oblíbené, a tudíž by mělo být logicky cílem archeologů prodat svá témata co nejširšímu okruhu čtenářů, což Blesk a další bulvární hromadné sdělovací prostředky splňují.¹² Navíc má každé menší město svůj vlastní bulvární - společenský tisk, například Olomoucký, Pražský či Brněnský večerník, který místní občané rádi pročítají. V médiích tohoto typu je velmi jednoduché udat informace o konání přednášek a výstav.

Často jsou opomíjena média, která jsou běžným občanům zdarma dostupná v prostředcích hromadné dopravy, na poštách, v obchodních centrech či na úřadech. Týdeník Metro, E15, nyní již zpoplatněné regionální vydání 5+2 nebo brněnská Šalina mají velkou čtenost právě díky tomu, že jsou nabízeny volně k dispozici.¹³

V případě, že chce archeolog upozornit na novou expozici v muzeu, výstavu nálezů z výzkumu nebo na veřejnou přednášku, může rozeslat základní údaje o akci (datum, místo a hodinu konání, vstupné, vhodnost pro rodiny s dětmi atd.) do novin, které mají společenské rubriky upozorňující na konání zajímavých akcí pro veřejnost a na servery uveřejňující pozvánky a lákající na zajímavé aktivity pro děti, rodiny, seniory. Na republikové úrovni skvěle fungují například webové stránky

¹² Pokud se rozhodnete využít k prezentaci archeologických témat bulvární médium, tedy médium s primárně zábavnou funkcí, je vhodné doplnit informace o obrazový materiál, fotografie, infografiku, vyjádření soudu v případě sporu se stavebníky atd. Rovněž musíte počítat s velmi povrchním zpracováním témat, senzacechtivostí, bulvarizací. Např. v případě, že je na archeologickém pohřebišti nalezen římský meč, můžeme očekávat článek, který informuje o poslední cestě udatného římského bojovníka, doplněný o fotografii daného nálezu s velmi zevrubným popisem o dataci, případně materiálu, ze kterého je artefakt vyroben. Osobně zastávám názor, že i takováto velmi povrchní noticka doplněná obrázkem poskytuje veřejnosti podnět k tomu, aby se zamyslela třeba nad tím, kdo všechno obýval naše území před námi, a přispívá k pozitivnímu vnímání práce archeologů a všeobecné informovanosti o její důležitosti.

¹³ V těchto médiích uplatníte především zprávy lokálního charakteru a pozvánky na akce konané v místech distribuce tiskovin.

www.kudyznudy.cz a další podobné portály,¹⁴ které často navštěvují právě rodiny s dětmi nebo studenti a senioři a plánují si například víkendový program. Podobné stránky jsou k dispozici i na regionální úrovni. Rozhodně bychom neměli opomenout a každou akci nahlásit na servis České tiskové kanceláře, která vede kalendář plánovaných událostí, a novináři se podle něj často orientují a plánují návštěvy zajímavých aktivit. Stejně tak autoři a autorky ČTK si rozvrhují, které akce se zúčastní, a pokud se rozhodnou napsat o té konkrétní archeologické, zvyšuje se tím šance mediálních výstupů přejatých dalšími zpravodajskými médii.

Na škodu není inzerovat v radničních listech, či obvodních zpravodajích, které pomohou zajistit publicitu například přímo v místě konání výzkumu a informují o dalších archeologických akcích, které je potřeba propagovat. Navíc je možné upozornit na případné omezení dopravy v místě konání výzkumu, takže se předejde případným nedorozuměním s místními občany.¹⁵

Pokud si na výzkum plánujete pozvat štáb České televize, bude i z vaší strany potřeba větší přípravy, než pokud odpovíte na tři otázky po telefonu do regionální mutace Deníku. Ideálním médiem pro prezentaci archeologické činnosti s obrovským zásahem čtenářů jsou online mutace všech tištěných deníků, zejména jejich regionálních odnoží a online zpravodajské servery. Výhodou je rychlost a pružnost média, která umožňuje případné korekce textu. V tištěném článku či v odvysílané reportáži napravíte chybu jen velmi těžce, v online textu je to otázka pár kliků. Nevýhodou zpravodajských online portálů je honba za aktualitami. Zajímavý nález je proto nejlépe nahlásit hned v řádu hodin, neboť zprávou o tom, že archeologové před měsícem objevili kostru se stopami po kanibalismu, již novináře neohromíte.

¹⁴ Základní přehled těchto webových stránek rovněž uvádím v databázi mediálních kontaktů.

¹⁵ Pokud informujete občany o prováděném výzkumu v blízkosti jejich bydliště, zajistěte v nich vzbudíte zájem o to, co se dělo v minulosti na místech, na kterých se běžně pohybují. Rovněž máte možnost poukázat na důležitost práce archeologů a cenné nálezy archeologického bohatství.

Hlavním pravidlem však zůstává vlastní iniciativa.¹⁶ Nečekejte na to, až vás z médií osloví, ale aktivně se podílejte na tvorbě mediálního obsahu. Vyjadřujte se k tématům, která se vás týkají, komentujte, nebojte se nabídnout krátký článek, tiskovou zprávu, fotografii zajímavého nálezu. Novináři jsou vděční za každý podnět.

2.4. Autorizace

Poměrně často se setkáváme s názorem, že hlavním problémem v komunikaci novinářů s archeology je autorizace, respektive, že za všemi chybami ve zprávách a reportážích stojí tvrdohlavost autora a jeho rozhodnutí autorizaci neposkytnout. Autorizace není povinná a záleží vždy na konkrétním novináři či novinářce, zdali ji jsou ochotni archeologům či jakýmkoliv jiným odborníkům, politikům nebo celebritám umožnit.

Novináři a novinářky odpírají tento způsob kontroly textu hned z několika důvodů. Tím nejzávažnější je časový tlak, který jsem již v této práci zmiňovala. Mnohdy není v moci žurnalisty napsat článek a čekat několik hodin až dnů, než se obě strany spokojí s výsledkem. Obzvláště zpravodajská online média otiskují příspěvky ihned a úpravy pak dodělávají postupně, článek rozšiřují o nově získaná data a poskytnuté detaily.

Druhý závažným důvodem k neposkytnutí autorizace je neautentičnost textu a jeho přílišné zahlcení. Ideálním příkladem je rozhovor poskytnutý naživo a rozhovor poskytnutý po e-mailu, kdy má dotazovaný mnohem více času si své odpovědi promyslet, vyjadřuje se obsírněji a korektněji. Odpovědi takto získaného rozhovoru budou pravděpodobně fakticky správnější a přesnější, ale ve výsledku čtenářsky neatraktivní. Hranice toho, co snese čtenář nebo divák běžného

¹⁶ Z dotazníků vyplynulo, že převážná většina archeologů sama neinicuje styk s novináři, ale čeká na vyzvání. Novináři naopak v poznámkách svého dotazníku uvedli, že by přivítali větší iniciativu ze strany odborníků, tipy na zajímavá témata, o kterých by mohli psát.

zpravodajského média, je totiž mnohem nižší než to, co by odborníci rádi svým textem sdělili. Autorizace však není sprosté slovo, a když jsou si lidé schopni a ochotni vyjít vzájemně vstříc, potkají se nejhůře v půli cesty.

2.5. Přehled čtenosti a nákladu českých médií

V tabulce jsou použita nejnovější data zveřejněná v tiskové zprávě výzkumu MEDIA PROJEKT za 2. a 3. čtvrtletí roku 2014. “Tabulka oblíbenosti denního tisku zůstává i nadále stabilní a pořadí titulů se dlouhodobě nemění. Nejčtenějším deníkem je s 1, 12 miliony čtenářů na vydání bulvární deník Blesk, následovaný deníkem Mladou frontou DNES s 695 tisíci čtenáři na vydání a deníkem Právo na třetím místě s 342 tisíci čtenáři na vydání. Pokud sečteme čtenáře všech regionálních deníků, dostaneme číslo 671 tisíc čtenářů na jedno vydání.” (*Tisková zpráva Unie vydavatelů*, 2014)

CELOSTÁTNÍ DENÍKY		
	ČTENOST	PN
BLESK	1 222 000	265 209
MF DNES	695 000	171 347
PRÁVO	342 000	95 964
SPORT	258 000	38 701
AHA	251 000	63 653
LIDOVÉ NOVINY	196 000	39 059
HOSPODÁŘSKÉ NOVINY	181 000	35 218

REGIONÁLNÍ DENÍKY		
	ČTENOST	PN
DENÍK STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ MORAVA	104 000	*
DENÍK VÝCHODNÍ ČECHY	98 000	*
DENÍK ZÁPADNÍ ČECHY	81 000	*
DENÍK SEVERNÍ ČECHY	81 000	*
DENÍK - JIHOČESKÝ KRAJ	77 000	*
DENÍK - MORAVSKO SLEZSKÝ KRAJ	75 000	*
DENÍK STŘEDNÍ ČECHY + PRAŽSKÝ DENÍK	65 000	*
DENÍK - JIHMORAVSKÝ KRAJ	58 000	*
DENÍK - KRAJ VYSOČINA	33 000	*
DENÍK CELKEM	671 000	150 903

*ABC ČR zveřejňuje pouze údaje za Deník jako celek (regionální deníky VLP - souhrn).

DENÍKY ZDARMA		
	ČTENOST	TN
METRO	475 000	277 344
E15	76 000	53 155

*Ověřuje se pouze tištěný náklad, vzhledem k tomu, že jsou noviny neprodejné a distribuují se zdarma.

3. Archeologové a novináři

3.1. Metodika a otázky dotazníku pro novináře a archeology

Na základě článků získaných z mediální databáze MEDIASEARCH společnosti NEWTON Media, a.s. byli osloveni novináři a novinářky, kteří se ve svých příspěvcích věnovali nebo nadále věnují archeologické problematice. Komunikace probíhala formou e-mailu¹⁷, prostor dostali rovněž archeologové a archeoložky, kteří byli médiu kontaktováni k vyjádření nebo přímo poskytli rozhovor. Zástupci obou profesí měli možnost se vyjádřit k předem definovaným otázkám, zaměřeným na vzájemnou interakci a průběh jejich komunikace atd. Struktura otázek byla navržena tak, aby nedocházelo ke zbytečnému rozměňování odpovědí, proto byla většina otázek uzavřených. Samozřejmě tímto způsobem zkoumání nelze získat zevrubný přehled zkoumané problematiky, nýbrž pouze hrubý obrys informací, se kterými lze dále pracovat. U získaných odpovědí dotazníkového tázání je nutné také počítat s jistou mírou falešné response, kdy dotázaní záměrně přizpůsobují své odpovědi ve snaze působit lépe, nebo s cílem ovlivnit výsledky zkoumání směrem, který z položených otázek predikují.

3.1.1. Dotazník pro novináře

U novinářů byla pomocí otázek¹⁸ zjišťována míra a zaměření vzdělání novináře či novinářky. Způsob, jakým se dotázaní novináři připravují nebo nepřipravují na setkání a rozhovory s odborníky. Jestli jsou pro ně získané informace srozumitelné a zdali jsou s nimi schopni sami bez porady dále pracovat. V poslední volné otázce dostali žurnalisté prostor k

¹⁷ Dotazník byl zpracováván pomocí webové aplikace určené k dotazování Survey. Dostupné na <http://www.surveymonkey.com/cs/>. Aplikaci je možné využít částečně bez poplatku, pro více než 100 odpovědí je nutné si službu předplatit.

¹⁸ Většina otázek byla uzavřených-alternativních, pouze otázka čtvrtá byla otevřená-konkretizující, otázka devátá pak otevřená-konstruktivní.

vyjádření, co by v komunikaci s archeology uvítali a čeho si na odbornících cení.

Položené otázky:

1. Dělal/a jste někdy rozhovor, či psal/a článek na základě rozhovoru s archeologem, historikem, zaměstnancem muzea či archivu?¹⁹

- ano
- ne

2. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání?

- dokončené základní
- vyučen(a) bez maturity
- středoškolské s maturitou
- vyšší odborné vzdělání
- vysokoškolské

3. Jaké máte zaměření vzdělání?

- technické
- humanitní

4. Jaký obor jste studoval/a?

5. Provádíte rešerši daného tématu, o kterém píšete?

- před setkáním s odborníkem
- po setkání s odborníkem

¹⁹ Ačkoli se práce zaměřuje primárně na archeologickou problematiku, byli osloveni i novináři, kteří při realizaci svých článků nebo rozhovorů pracovali kromě archeologů také s historiky, či kurátory muzeí. Zejména s těmi, jejichž profese se s archeologií úzce prolínají (např. kurátor archeologické muzejní sbírky).

- před i po setkání s odborníkem
- neprovádím rešerši

6. Rozuměl/a jste vždy všemu, co dotázaný/á říká? (problematika, termíny)

- ano
- ne
- většinou ano
- většinou ne

4. Potřebujete dodatečné ověření odborných pojmů či konzultací?

- ano
- ne
- někdy ano

5. Jsou vám informace podávány zajímavě?

- ano
- ne
- většinou ano
- většinou ne

6. Co byste při setkání s odborníky uvítali a ocenili?

Stejně jako novináři píšící o archeologické problematice byla oslovena skupina archeologů a archeoložek, kteří v člancích figurovali. Rovněž byli dotázáni na soubor šesti²⁰ otázek²¹ zaměřených na způsob vzájemné komunikace, aktivity při oslovování novinářů a dosavadních zkušeností. Z důvodu snahy o získání většího počtu odpovědí nebyli oslovováni novináři a archeologové figurující pouze v člancích za poslední rok, ale oblast tázaných žurnalistů byla rozšířena až do pětileté minulosti.

3.1.2. Dotazník pro archeology

U dotázaných archeologů a archeoložek bylo zkoumáno, jakým způsobem pracují s novináři a propagují archeologická témata, zdali čekají, až jsou osloveni nebo jsou aktivními propagátory a propagátorkami a popularizátory tohoto vědního oboru, jestli poskytují novinářům sami od sebe doplňkové informace a podpůrné materiály k tvorbě textů, nabízejí konzultace. Rovněž mě zajímalo, jak velké procento archeologických pracovníků má negativní zkušenost s prací novinářů a není ztotožněno s výsledným článkem, na jehož tvorbě se alespoň částečně svým vyjádřením či rozhovorem podíleli.

Položené otázky:

1. Dáváte rozhovory, vyjádření do médií? Pokud ano, jak často?
2. Iniciujete aktivně styk s médii nebo býváte osloveni?
 - vlastní iniciativa
 - bývám osloven/a
 - obojí

²⁰ Otázek pro archeology je o tři méně než pro novináře, protože odpadají otázky týkající se nejvyššího dosaženého vzdělání, zaměření vzdělání a vystudovaného oboru, který je vzhledem k tématu jasný.

²¹ Většina otázek byla uzavřených-alternativních, pouze otázka první byla otevřená-konkretizující.

3. Používáte při rozhovoru termíny?

- ano
- ne

4. Doptávají se vás novináři na věci, kterým nerozumí (dataci, upřesnění termínů)?

- ano
- ne
- většinou ano
- většinou ne

5. Stalo se vám, že novinář dezinterpretoval informaci nebo výsledný článek obsahoval faktické chyby?

- ano
- ne

6. Pokud ano, kde si myslíte, že byla chyba:

- nedostatečné vzdělání novináře v oboru
- nedostatečná rešerše
- neznalost termínů
- přílišné zobecnění

7. Nabídl jste někdy novináři možnost telefonické/e-mailové konzultace k článku?

- ano
- ne

3.2. Data získaná z dotazníkového průzkumu

Z oslovených 468 novinářů a novinářek a 364 archeologů a archeoložek dorazilo po dvou upozorněních celkem 121 relevantních odpovědí novinářů a 127²² odpovědí archeologů.²³

Dotazník probíhal anonymně, nejsou tedy zveřejněna jména ani jiné osobní údaje dotázaných. Nejedná se o hloubkový sociologický výzkum, což ze získaného vzorku odpovědí ani nelze.²⁴ Cílem je pochopení práce obou profesí a nastínění problémů, které jak archeologové, tak novináři vnímají jako klíčové při vzájemné komunikaci.

Interpretace výsledků novinářského dotazníku:

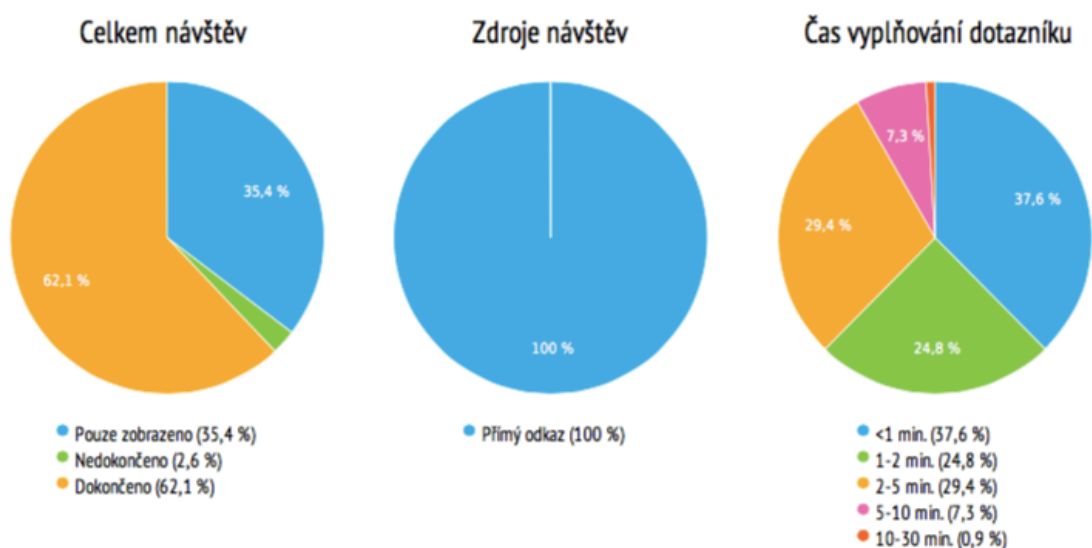
Novinářský dotazník si zobrazilo celkem 157 oslovených žurnalistů, na otázky odpovědělo však pouze 122 z nich.²⁵

²² Je zajímavé, že archeologů bylo osloveno výrazně méně, a přesto bylo vyplněno více archeologických dotazníků než dotazníků novinářských, přičemž novinářů bylo osloveno mnohem více. Míra návratnosti dotazníků (response rate) tak byla u archeologů vyšší.

²³ Skupina oslovených archeologů, archeoložek, novinářů a novinářek byla oslovena e-maily ve dvou vlnách. V první fázi byli osloveni všichni vybraní respondenti, v druhé fázi byli osloveni ti, kteří v první fázi na odeslané e-maily nereagovali. Dotazníky pro novináře i pro archeology bylo možno vyplňovat po dobu 3 měsíců, od 1. března do 31. května 2015.

²⁴ Rovněž faktickou správnost odpovědí není možné nijak ověřit. Vycházíme z dat, která respondenti poskytli, s ohledem na pravdivost či možnou nepravdivost jejich odpovědí.

²⁵ Celková úspěšnost vyplnění dotazníku respondenty z řad redakcí byla 77,1 %. Ze 157 návštěv si 69 osob dotazník pouze zobrazilo a dalších pět dotazník nedokončilo. Všechny návštěvy byly realizovány skrze přímý odkaz uvedený v e-mailu a respondenti nad dotazníkem strávili průměrně do 5 minut.



Graf 1. Statistika respondentů

Na kontrolní otázku, “Dělal/a jste někdy rozhovor, či psal/a článek na základě rozhovoru s archeologem, historikem nebo kunsthistorikem, zaměstnancem muzea či archivu?” odpovědělo kladně 121 z nich.²⁶

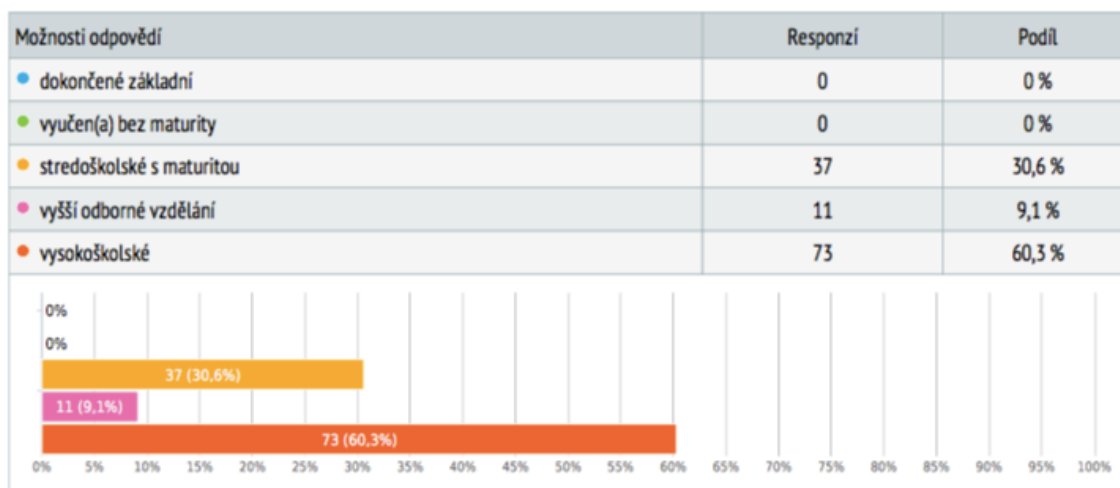
Na základě došlých, kompletních odpovědí novinářského dotazníku bylo prokázáno, že většina pracovníků a pracovník médií, kteří odpověděli, má vysokoškolské vzdělání (celkem 73 respondentů, tj. 60,3 %).²⁷ Zároveň však velká skupina oslovených novinářů přiznala jako nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské ukončené maturitou (celkem 37 z oslovených respondentů, tj. 30,6 %). Poslední silnou skupinou byli novináři s

²⁶ Ze 121 získaných odpovědí bylo tedy relevantních 99,2 % odpovědí.

²⁷ V dotazníku nebylo zohledněno rozdělení na bakalářský, magisterský či doktorský program, které dle regulí MŠMT spadají do jednoho ze tří stupňů vysokoškolského vzdělání.

ukončeným vyšším odborným vzděláním (celkem 11 respondentů, tj. 9,1 %).²⁸

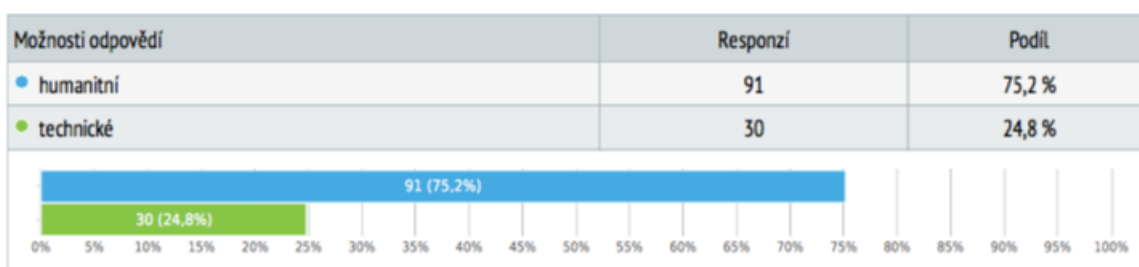
Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



Graf 2. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání?

Drtivá většina (celkem 91 respondentů, tj. 75,2 % uvedlo u svého nejvyššího dosaženého vzdělání jeho humanitní zaměření. Zbytek oslovených (30 osob, tj. 24,8 %) bylo vzděláno v technických vědách.

Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



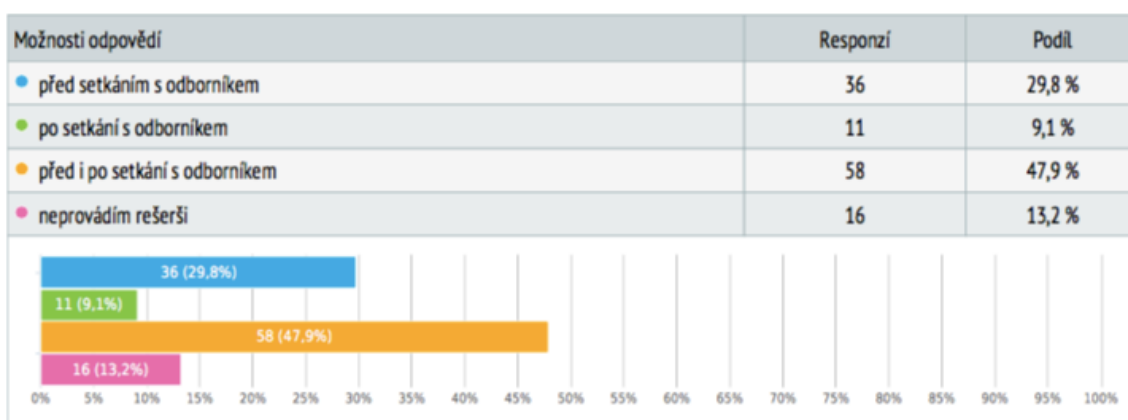
Graf 3. Jaké máte zaměření vzdělání?

²⁸ V dotazníku určeném pro novináře nikdo neuvedl jako nejvyšší získané vzdělání vzdělání základní či vzdělání ukončené výučním listem.

Dotázaní a dotázané mohli uvést přesný obor, který vystudovali.²⁹ Nejpočetnější skupinou byly osoby s vystudovaným oborem žurnalistika, masová komunikace, mediální studia, český jazyk a bohemistika nebo editorství, celkem 34 osob. Druhou nejsilnější skupinou byli novináři s titulem z politologie či politických věd. Archeolog se mezi dotázanými novináři neobjevil žádný, ale celkem dvanáct osob uvedlo jako vystudovaný obor historii, kulturní historii nebo antropologii.³⁰

Na poměrně záludnou otázku týkající se domácí přípravy a kvality rešerše při psaní článku nebo rozhovoru s odbornou tematikou odpovědělo necelých 50 % respondentů, že provádí rešerši před setkáním s odborníkem i po setkání s ním. Necelých 30 % novinářů pak uvedlo, že informace si vyhledává pouze před setkáním s odborníkem, 9 % po setkání s odborníkem. Přes 13 % respondentů se přiznalo k tomu, že si informace nedohledává vůbec, na setkání s odborníky se nepřipravuje.

Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



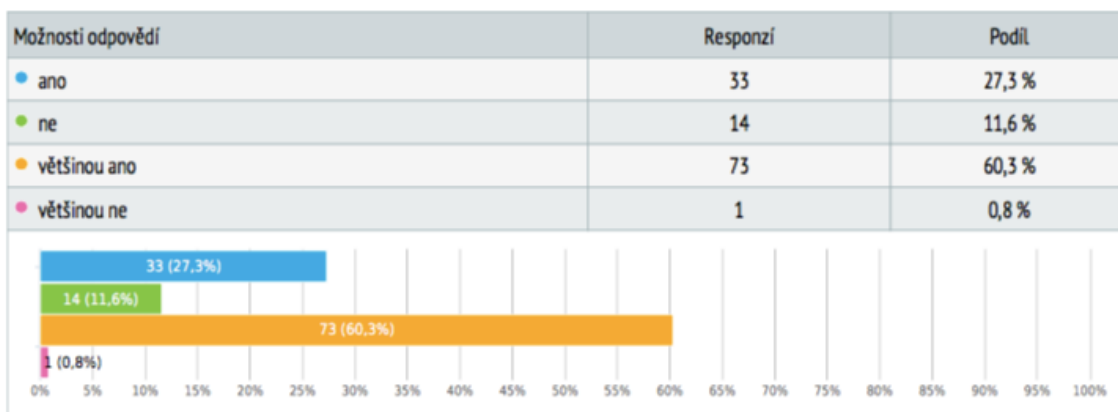
Graf 4. Provádíte rešerši daného tématu, o kterém píšete?

²⁹ Odpověď na otázku přesné specifikace vystudovaného oboru nebyla povinná. Ze 120 osob, které se vyjádřily v dotazníku, tuto otázku zodpovědělo celkem 93 lidí.

³⁰ Mimo tyto početné skupiny se objevilo několik vystudovaných lingvistů, filologů, filozofů, sociologů, pedagogů, ekonomů, divadelních a filmových vědců a IT techniků. Ojediněle se objevil vystudovaný veterinář, módní návrhář, obuvník, knihovník, grafik, laborant či geolog. Výjimkou nebylo ani získání titulů z více oborů, několikrát se vyskytla dvojkombinace novinář - sociolog nebo také novinář - politolog.

60 % dotázaných novinářů odpovědělo na otázku zaměřenou na srozumitelnost problematiky podávané odborníky kladně, 73 osob ze 121 vyplňujících se přiklonilo k tomu, že většinou rozumí, co jim odborník vykládá, dalších 27 %, 33 osob se vyjádřilo, že rozumí vždy. Přes 11 % novinářů přiznalo, že ne vždy rozumí všemu, co jim zpovídání odborníci říkají.

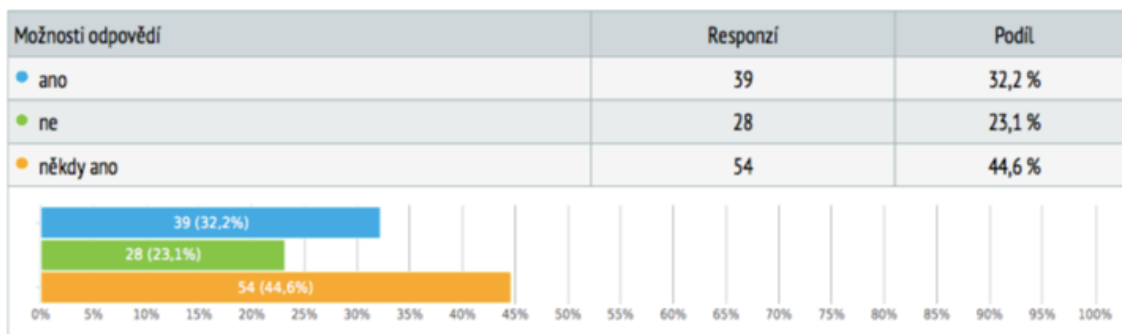
Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



Graf 5. Rozuměl/a jste vždy všemu, co dotázaný/á říká?

Následně v další otázce se téměř 77 % novinářů vyjádřilo, že potřebují dodatečné ověření odborných pojmů či konzultaci s odborníkem, na základě jehož výpovědi článek píší. Možnosti dodatečného ověření správnosti informací a textu by nevyužilo 23 % novinářů.

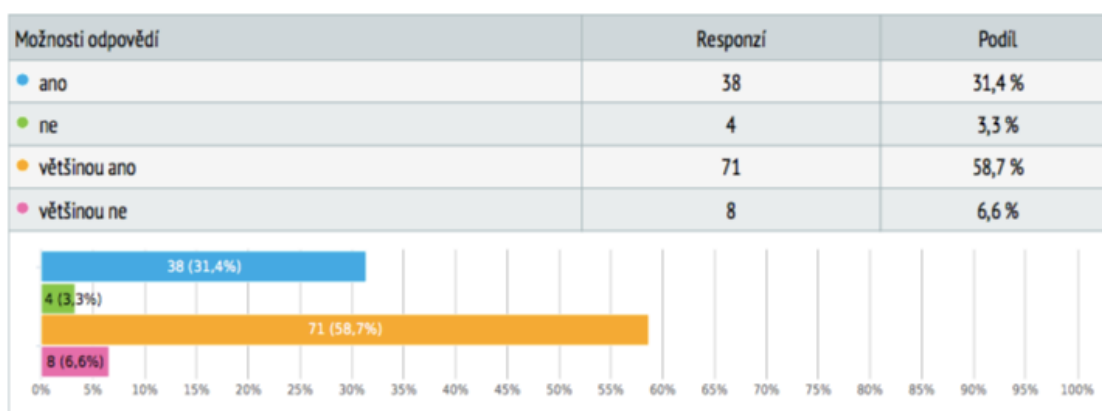
Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



Graf 6. Potřebujete dodatečné ověření odborných pojmů či konzultaci?

Novináři a novinářky pochválili archeology a historiky a v dotazníku uvedli, že jsou jim ve více než 58 % většinou podávány odborné informace zajímavou formou, dalších 31 % novinářů uvedlo, že jsou jim informace podávány zajímavě vždy. Necelých 10 % žurnalistů se pak vyjádřilo, že jim informace podávány zajímavě nejsou nebo většinou nejsou.

Výběr z možností, zodpovězeno 121x, nezodpovězeno 0x



Graf 7. Jsou vám informace podávány zajímavě?

Novinářky a novináři dostali prostor k tomu, aby se vyjádřili k vzájemné interakci s odborníky; archeology, historiky či pracovníky muzeí. Z možnosti volné odpovědi vzešlo velké množství velmi podnětných pozitivních i negativních připomínek, které mohou nejen archeologům napovědět, jak lépe pracovat s médii, jak vzájemně komunikovat, jak si získat sympatie novinářů a zvýšit šanci uveřejnění kvalitního příspěvku propagujícího zvolená témata.

Novináři a novinářky ve svých odpovědích mnohokrát u odborníků, se kterými pracovali na publikování tématu, velmi kladně hodnotili nadšení a zápal, profesionalitu, vzdělanost a jejich radost z práce.

Část novinářů celkově shrnula vzájemnou spolupráci jako velmi dobrou a ocenila zkušenost a objevení zcela nového světa, které jim vzájemné setkání přineslo. Vážili si zejména umění podat vysvětlení zajímavě a přitom lidsky, vyvarovat se odborných názvů. Vysvětlovat souvislosti na detailech běžného života a také v mezinárodním kontextu. Na termíny bylo poukázáno několikrát jak v pozitivním smyslu, kdy byli specialisté chváleni za jejich přílišné neužívání, případně jejich okamžité vstřícné vysvětlení, tak i negativně, za jejich nadužívání a neochotu a jistou povýšenost k novinářům při jejich vysvětlování.

Oslovení žurnalisté poukázali na fakt, že při vzájemné spolupráci by ocenili zejména stručnější a jasnější odpovědi a laický, lidský přístup, větší ochotu a pružnost při domlouvání setkání a aktivnější přístup v komunikaci, rychlejší responzi při e-mailové komunikaci, a také vlastní iniciativu s oslovováním médií a nabídkou zajímavých témat. Nebát se pochlubit svými výsledky, být aktivnější v nabízení témat, upozornit na zajímavost a nebýt zbytečně skromní, ale zase zbytečně neexhibovat.

Pětina oslovených novinářů by ráda získala odkazy na další zajímavé zdroje, kontakty na další odborníky z oboru, tipy na nová témata ke zpracování, shrnutí problematiky, fotodokumentaci, tiskové zprávy a doplňkový tiskový materiál a informace.

Opakovaně se novináři vyjadřovali k nepříliš projevené vstřícnosti, přezíravému přístupu odborníků a předsudkům, se kterými se při jednání s nimi setkali. Velkým problémem byla otázka přílišné fundovanosti ve vyjadřování a hledání společné cesty novinářů a specialistů jak podat témata jednoduše, zajímavě, ale přesto odborně.

Vybrané odpovědi, které novináři a novinářky uvedli v dotazníku na otázku, co by při jednání s odborníky uvítali a co by na nich ocenili:³¹

“Odvahu říkat věci jednoduše, tak aby to pochopil i prvak na střední škole. Řekl bych, že se spousta vědců zbytečně bojí mluvit o svém výzkumu populární a srozumitelnou formou. Někdy se dokonce přiznají, že se bojí, aby se jim jejich kolegové nesmáli. Popularizátorů vědy je mezi akademiky stále málo.”

“Jednání bez předsudků, novinářská profese nemá mezi touto skupinou odborníků příliš dobré jméno a někteří specialisté se podle toho chovají, zbytečné povýšenectví.”

“Témata by měla být podávána více zajímavě. Často se jedná o spleť termínů, v nichž se člověk ztrácí. Vše je ale o lidech. Jsou archeologové, historici i archiváři, kteří vše dokáží podat velice zajímavě, se zápletem, umí vzbudit zájem, jmenují konkrétní příklady, které si posluchač “laik” umí představit. Ovšem velké množství lidí z tohoto prostředí podává i širokému publiku témata tak, jako kdyby to bylo pro odborný časopis, tedy úzce specializovanému publiku. Škoda je, že zpravidla se jedná o zajímavé informace.”

³¹ Z uveřejněných příspěvků to může mylně působit, že si novináři a novinářky na práci s odborníky zejména stěžují. Není tomu tak, téměř třetina všech poznámek k vzájemné spolupráci byla kladných. Novináři si chválili jak přístup vědců, tak poskytnuté informace a materiály. Avšak komentáře např. “Dosud jsem měl s vědci ty nejlepší zkušenosti”, “Nemůžu si stěžovat.”, “Zažil jsem zábavné rozhovory.” nejsou k definování problémů komunikačních úskalí mezi novináři a archeology informačně relevantní. Je obecným pravidlem, že se obšírněji a častěji vyjadřujeme k věcem, které se nám nelíbí, nesouhlasíme s nimi, stěžujeme si na ně, než vyjadřujeme chválu a spokojenost. Vybrány a uveřejněny jsou poznámky novinářů a novinářek, kteří se vyjadřují věcně a upozorňují na konkrétní problém nebo naopak konkrétně chválí určitý přístup specialistů. Relevantní tedy není počet kladných či záporných hodnocení žurnalistů, ale jednotlivé konkrétní body jejich poznámek.

“Aby se sami ozývali do redakce se zajímavostmi a novinkami, a to i tehdy, když se nám třeba v tu chvíli jejich informace nehodí a hned je nepoužijeme.”

“Otevřenost, vstřícnost. Nejdůležitější je ale ochota částečně se vzdát vědecké terminologie, aniž by odborník ztratil dojem fundovanosti. Takovou rovnováhu skutečně nezvládne najít každý. Nazval bych to kombinací intelektu a empatie - schopnost vcítit se do čtenáře, nezasvěceného do daného oboru.”

“Větší ochotu už při prvním kontaktu. Větší srozumitelnost. Aby to odborníci nebrali, že je to jen omezování jejich pracovní doby a něco navíc, ale důležitá forma prezentace jejich instituce a jejich práce.”

“Větší pochopení pro to, že novinář není expertem v jejich oboru, a je proto potřeba mu informace předat v co nejjednodušší formě, bez příliš odborných termínů a podrobností. Občas jsou pracovníci z tohoto odvětví hodně zahledění do svého oboru a jsou trochu odtrženi od reality - čtenářům a divákům je nutné jejich obor představit atraktivně, přístupně a “po lopatě”, nikoliv příliš odborně. V tom by měli vycházet více vstříc. Za poslední léta se ale přístup hodně změnil k lepšímu.”

“V některých případech možná pružnější reakce při dlouhodobější spolupráci vzhledem k požadavkům na aktuálnost zpravodajství. Jinak mám ale s historiky i archeology velmi dobrou zkušenost, mnozí umí podávat témata poutavě, přístupně i pro laickou veřejnost. Pokud mám jmenovat, velmi ochotný vše obsáhle vysvětlit je vždy například pan Filip Prekop z loketského pracoviště NPÚ.”

“Záleží na individuálním přístupu. Nejlepší je výklad jako vyprávění, uvádění konkrétních příkladů, přenášení odborných pojmů do laické praxe. Výborné jsou konkrétní ukázky - předměty, videa,

audionahrávky atd. Pomáhá také srovnání probírané látky s "notoricky známými" případy."

"Více tolerance a méně rivalry. Recipient nelpí na detailech, absolutní přesnosti vyjádření, ale chce zajímavou informaci v historickém kontextu, který zná jen rámcově. Archeologové jen výjimečně docení spolupráci novinářů. Většinou se cítí být obtěžováni. Přestože záchranné výzkumy většinou zdržují a prodražují investice, mají archeologové jen svůj nekompromisní pohled na konkrétní problematiku."

"Větší ochotu vůči novinářům. Často se setkávám s tím, že odborníci (nejen historici) mají pocit, že všichni novináři jsou lemplové, kteří si neumí dohledat informace a hledají jen senzace. U některých institucí (speciálně historických) je "odpor" vůči novinářům takový, že nemám šanci získat jejich vyjádření prostě proto, že řeknou...no jo, novináři. Je to smutné, protože když máte snahu něco ověřit a vnímáte tu averzi, tak je to dost demotivující."

"Neházet všechny novináře do jednoho pytle, jako vystudovaný historik mám poměrně přehled a neustále se setkávám s jednáním, kdy je zpovídaný dopředu pevně přesvědčen o tom, že výsledný článek bude stejně špatný."

"Kdyby pochopili, že novináři oceňují zejména rychlou a operativní komunikaci. Články vychází ze dne na den. Ideální by bylo, kdyby byli k zastižení i později odpoledne. Také nemusí být vždy na slovo vzatí odborníci na danou problematiku. Novináři často stačí docela obecné vyjádření, protože v textu nutně potřebuje citaci historika. Ale oni ho pořád odmítají, že tato oblast není úplně jejich parketa. Ale často se jich novinář chce zeptat na něco opravdu jednoduchého, co by mohli zodpovědět, i když je jejich hlavní oblast něco trochu jiného."

“Žijeme v rychlé době, lidé chtějí rychlé, krátké a stručné informace. Uvítala bych, kdyby i odborníci pochopili, že novinář denního média, agentury atd. při rozhovoru s nimi nemá k dispozici tolik prostoru, jako například odborné časopisy. Někdy je těžké přesvědčit odborníka a dohodnout se s ním na jasné a srozumitelné formulaci bez nadměrného užívání odborných termínů, které v běžném zpravodajství čtenáři či posluchači stejně mnoho neřeknou a jejichž častým užíváním ztrácí i jinak zajímavé a atraktivní téma na čtivosti. Uvítala bych proto vstřícnost při formulaci některých výrazů a ochotu poskytnout srovnání - obecně známý příklad, který by lépe demonstroval prezentovaný objev, nález, tvrzení ...”

“Nejcennější věcí je zůstat u tématu, kterému je článek či reportáž věnována. Zbytečně do něj nezaplétat další témata. Ty mohou být totiž klidně smysluplněji využita při jiné příležitosti. Novinářského prostoru je hodně, proto není třeba novináře při jedné příležitosti zahlcovat. Nosné téma tím pak trpí a často zbytečně zaniká v mnoha souvislostech. To je asi největší problém odborníků, kteří v dobré víře splétají mnoho témat dohromady. Druhým problémem bývá snaha hovořit odborným žargonem. TV reportáž či novinový článek je cestou k obyčejným lidem. To je třeba mít na paměti při vyjadřování se. Proto je dobré opustit odborné termíny a cizí slova nahrazovat českými ekvivalenty. Cizojazyčnost a komplikované logotvary patří na odborné přednášky. Vítanou věcí je i atraktivnost tématu. Dobrý novinář si atraktanty v obsahu odborného sdělení dokáže najít sám. Když to neumí, měl by ho odborník navést. Tam je mít potřeba malinko jiný pohled na dané téma. To je pro odborníky většinou těžké, ale řada z nich to nepochybně umí.”

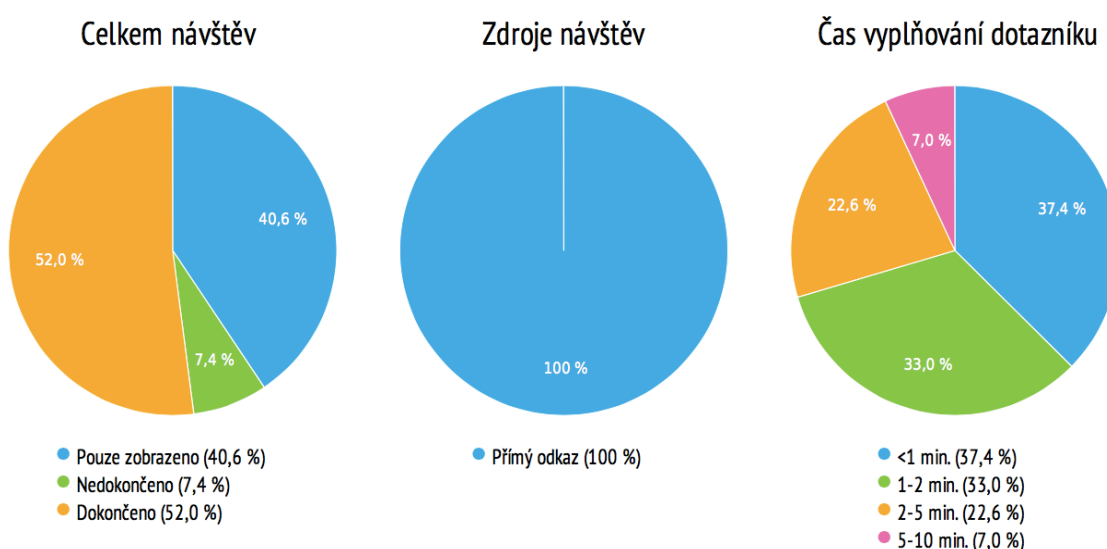
“Větší vstřícnost - archeologové někdy nemají zájem se o svoje objevy podělit s médii, což je škoda. Někdy je zase problém, že nám problematiku podávají příliš odborně, ale článek/reportáž je většinou určený laikům, takže informace potřebujeme zjednodušit - archeologové/

historici se pak na nás dívají jako na fušery, kteří tomu nerozumí a neodvádějí kvalitní práci. Kdyby si uvědomili, že cílové publikum nejsou odborníci, a svoje vyjadřování tomu sami přizpůsobili, problém by byl vyřešen.”

“Osobně musím všechna moje dosavadní setkání ohodnotit kladně. Pracovníci muzeí i archivů jsou ochotni, vstřícní, jsou schopni k předem domluvenému tématu připravit dostatek informací i obrazových materiálů, které lze použít. Skvělé je, že jsou ochotni se setkat i na konkrétních místech, ke kterým se dané téma váže (ne tedy pouze v kanceláři, ale i v “terénu”). Tak to alespoň chodí v Českých Budějovicích.”

Interpretace výsledků archeologického dotazníku:

Archeologický dotazník si zobrazilo celkem 221 z oslovených odborníků, na otázky pak odpovědělo pouze 127 z nich.³²



Graf 8. Statistika respondentů

³² Celková úspěšnost vyplnění dotazníku respondenty z řad archeologů byla nižší než u novinářů, pouze 57,5 %. Z 221 návštěv si 99 osob dotazník pouze zobrazilo a dalších osmnáct dotazníků nedokončilo. Všechny návštěvy byly realizovány skrze přímý odkaz uvedený v e-mailu a respondenti nad dotazníkem strávili průměrně kolem 3 minut.

Na kontrolní otázku, “Dáváte rozhovory, vyjádření do médií?” odpovědělo kladně 127 z nich.³³ Ze získaných údajů vyplynulo, že průměrný archeolog má za rok kolem třech až čtyř mediálních výstupů.

Ze získaných odpovědí vyplývá, že převážná většina archeologů a archeoložek, kteří se zapojili do dotazníku, téměř 70 %, je při medializaci svých projektů, výzkumů či akcí pasivní a čeká, až jsou osloveni zástupci jednotlivých redakcí. Což v zásadě potvrzuje myšlenku, že u nás stále chybí silní popularizátoři vědy, mluvčí odborných společností, ústavů³⁴ a výrazné vědecké autority, které svůj obor obhajují a představují vybraná témata široké veřejnosti.³⁵

Tento fakt má negativní vliv na celkový výběr mediálně prezentovaných archeologických témat. Nemůžeme se tedy divit, že se na stránkách novin, na vlnách rozhlasu a na obrazovkách televizí archeologická problematika objevuje nedostatečně a prezentované informace ani zdaleka nepokrývají nejdůležitější aktuální události vědního oboru. Pouze 8,7 % odborníků v dotazníku uvedlo, že neváhají redakce sami kontaktovat a 22 % specialistů na archeologickou problematiku napsalo, že při medializaci svých témat redakce oslovují a zároveň jsou taktéž k vyjádření kontaktováni.³⁶

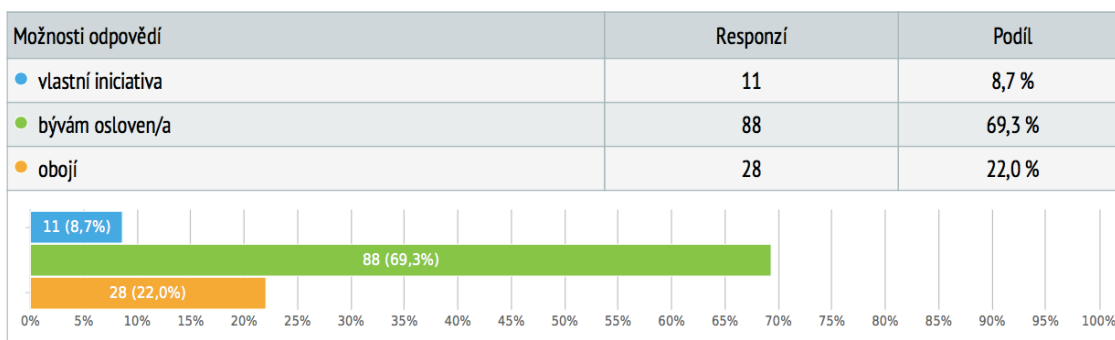
³³ Ze 127 získaných odpovědí bylo tedy relevantních 100 % odpovědí.

³⁴ Je potřeba myslet na to, že svými vyjádřeními neprezentuje odborník pouze svou osobu, ale zastupuje často svou mateřskou instituci a v neposlední řadě zvyšuje povědomí o celé, v tomto případě archeologické obci.

³⁵ Výjimkou je u nás egyptolog Miroslav Bárta, který se stal v roce 2014 mediálně velmi oblíbenou vědeckou autoritou. Dokázal spojit aktuální problémy, které naši společnost trápí, a napasovat je na problémy starověké egyptské civilizace, objekt svého odborného zájmu. Téma uchopil natolik zajímavě, mezioborově, že rozhovory s ním realizovala všechna velká česká média.

³⁶ Pokud se odborník rozhodne redakci nabídnout téma ke zpracování sám od sebe, otvírá si tak cestu ke vzájemné spolupráci do budoucna. I když redakce nabídky aktuálně nevyužije, může se s archeologem, s historikem či s jiným specialistou spojit při nejbližší možné příležitosti.

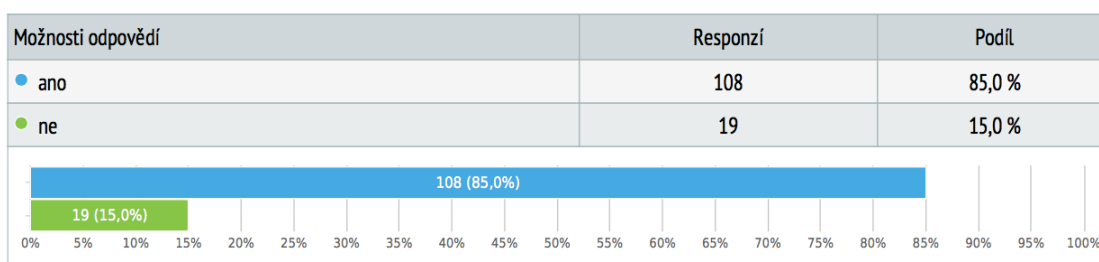
Výběr z možností, zodpovězeno 127x, nezodpovězeno 0x



Graf 9. Iniciování styku s médii

Častými chybami v článcích jsou nevhodně užitá nebo také nesprávně napsaná odborná názvy. Vzhledem k tomu, že je při běžné komunikaci s novináři podle získaných odpovědí v dotazníku, používá 85 % dotázaných archeologů či archeoložek, je potřeba si dávat pozor, aby byly termíny vysvětleny správně a na konkrétních příkladech a také aby nedocházelo k jejich zbytečnému nadužívání.

Výběr z možností, zodpovězeno 127x, nezodpovězeno 0x

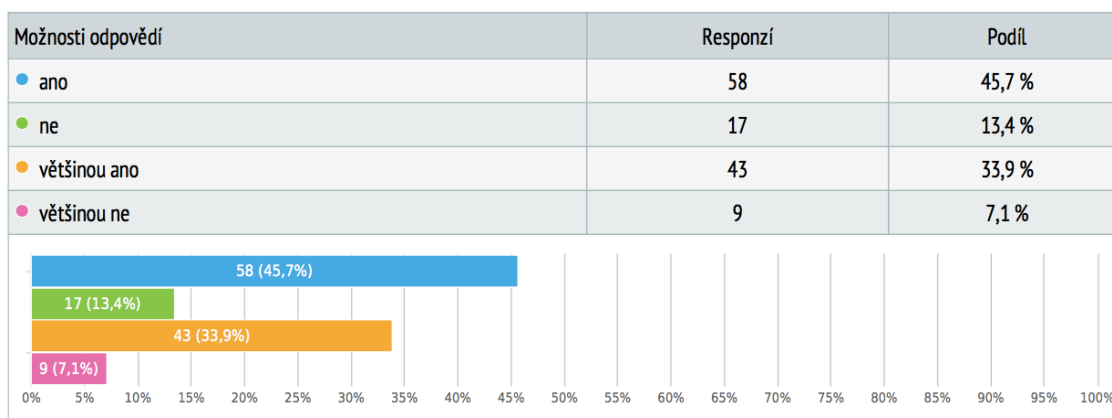


Graf 10. Používáte při rozhovorech termíny?

Novinář je také jenom člověk, a jak vzešlo z dotazníku, který byl šířen mezi pracovníky médií, navíc co se archeologické problematiky týče, nedostatečně vzdělaný. Je tedy velmi pravděpodobné, že nebude stoprocentně rozumět všemu, co daný odborník říká. Zarážející je, že 20 %

archeologů uvedlo, že se jich novináři nedoptávají na detaily a nepožadují upřesnění problematiky nebo terminologie.

Výběr z možností, zodpovězeno 127x, nezodpovězeno 0x



Graf 11. Doptávají se novináři na věci, kterým nerozumí?

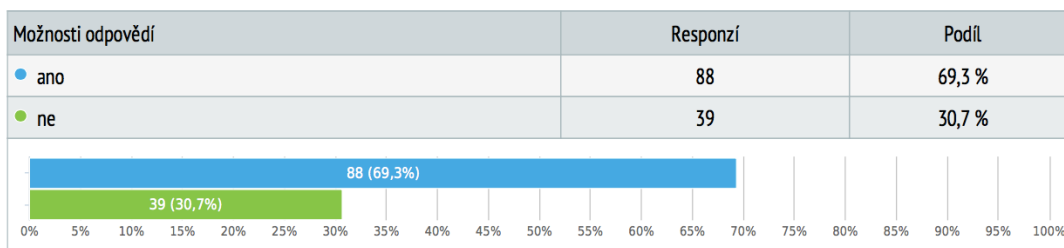
Ze 127 archeologů a archeoložek, kteří se na dotazníku podíleli, uvedlo 88 z nich, což je téměř 70 %, že nebyli spokojeni s výsledným článkem, který obsahoval chybnou interpretaci, faktickou nesrovnalost nebo byl dle jejich mínění příliš zobecněn, což jako možnost zvolilo 40 z nich, tedy téměř 45 % všech odpovídajících. Nespokojenost s obsahem a rozsahem publikovaných informací k archeologické problematice je výrazným aspektem vzájemného despektu mezi archeology a novináři.

Bohužel, jak již bylo zmíněno v kapitole zabývající se běžnými zpravodajskými médii, míra informací, která je pro běžné čtenáře, diváky a posluchače snesitelná a vhodná, je mnohem nižší než míra informovanosti, kterou by si odborníci z oboru mainstreamových médií představovali.

Samozřejmě že přílišné zobecnění může vést k vágním a nejednoznačným výkladům a může příjemce sdělení spíše zmást. Proto je potřeba nastavit hranici tak, aby běžné publikum nebylo přetěžováno a zároveň ani podceňováno a míra prezentovaných informací byla ve spolupráci novinářů s odborníky nastavena tak, aby odpovídala cílové

skupině a typu média. Aby publikované informace nebyly zkreslené a veřejnost byla vzdělávána a motivována se dozvídat o archeologickém kulturním dědictví více než dosud.

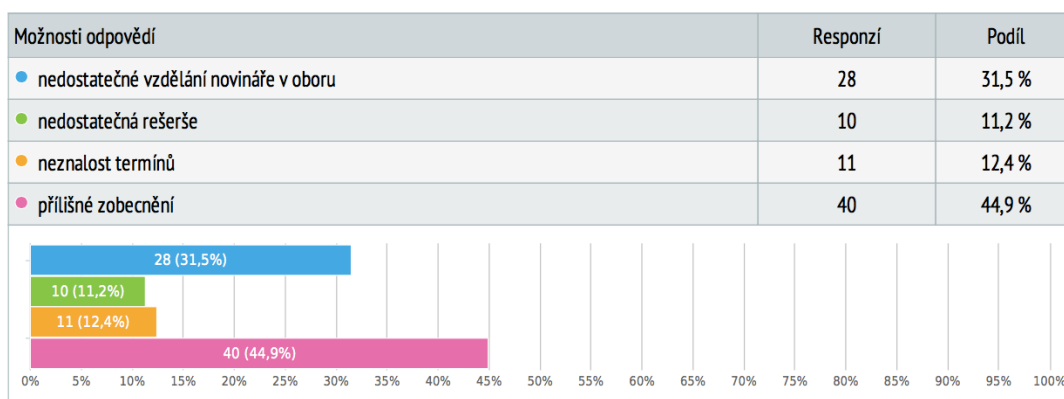
Výběr z možností, zodpovězeno 127x, nezodpovězeno 0x



Graf 12. Obsahoval výsledný článek, na kterém jste se participoval, chyby?

Nedostatečnému vzdělání novináře v oboru přičítalo vinu 28 archeologů a archeoložek, tedy přes 31 %, jako neznalost termínů uvedlo pak 12, 4% a přes 11 % považovalo za hlavní chybu nedostatečnou přípravu novináře, neprovedení dostatečné nebo žádné rešerše k tématu.

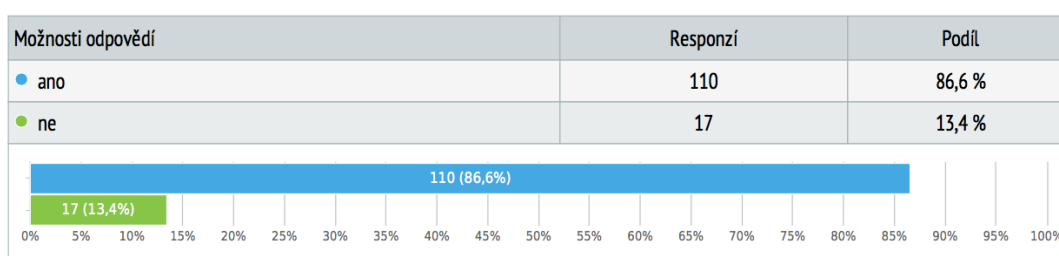
Výběr z možností, zodpovězeno 89x, nezodpovězeno 38x



Graf 13. Důvody, které mohly vést k nekvalitnímu novinářskému výstupu

Poslední otázka archeologického dotazníku zkoumala, nakolik jsou archeologové při komunikaci s novináři vstřícní a nabízejí dodatečné konzultace k tématu. Drtivá většina zpovídaných odborníků se vyjádřila, že pomoc se zpracováním nabízí, konzultaci novinářům nabídlo více než 86 %, zbývajících necelých 14 % odborníků přiznalo, že dodatečné konzultace žurnalistům dosud neposkytli. Právě tímto vstřícným krokem je možné snížit výskyt chyb a nesrovnalostí v publikovaných článcích a dalších novinářských výstupech.

Výběr z možností, zodpovězeno 127x, nezodpovězeno 0x



Graf 14. Nabízíte novinářům dodatečnou konzultaci k tématu?

4. Přehled archeologické problematiky v médiích v roce 2014

4.1. Metodika sbírání dat

Na základě výběru tří klíčových slov; archeolog, archeologie a archeologický byly v mediálním archivu MEDIASEARCH společnosti NEWTON Media, a. s. vyhledány veškeré články týkající se archeologické problematiky publikované v rozmezí 1. ledna 2014 až 31. prosince 2014 ve vybraných médiích, a to v denících Právo, Lidové noviny, Hospodářské noviny, Mladá fronta DNES. Dále byl rozebrán bulvární deník Blesk a všechny online mutace těchto periodik, dostupné na webových stránkách www.novinky.cz, www.lidovky.cz, www.iHNed.cz, www.zpravyidnes.cz a www.blesk.cz. Všechny dostupné články za toto období přikládám jako přílohy ve druhém svazku této práce.

Zvláštností jsou regionální mutace deníku Mladá fronta DNES, regionální přílohy deníku Právo, ale také jednotlivé Deníky vydavatelství Vltava Labe Press, které vycházejí v 71 regionálních mutacích a zajímavé články vydávají napříč redakcemi³⁷. Běžně se tedy stává, že jedna a tatáž zpráva vyjde celorepublikově, tedy až ve všech 71 denících. Výjimkou není ani replikace zprávy lokálních redakcí do okolních regionů. Pokud například v Olomouci naleznou archeologové záměrně poškozené kostry, zpráva o tomto nálezu se objeví i v Prostějovském deníku a Přerovském deníku. V mé práci jsou tyto opakující se zprávy ze sousedících regionálních redakcí a jejich příloh v deníku Právo a deníku Mladá fronta DNES počítány pouze jako jeden příspěvek věnující se tematice archeologie. Jak už jsem ale nastínila výše, vyplatí se regionálním redakcím věnovat pozornost, protože mediální zásah může být opravdu veliký a zároveň není tak složité získat si pozornost lokálních novinářů.

³⁷ Deníky vydavatelství VLP nejsou v práci zpracovány z důvodu velmi obsáhlého souboru dat.

4.2.Povaha a specifika publikovaných informací v jednotlivých médiích

Odraz české archeologie v médiích se za poslední roky posunul výrazně dopředu. Rozhodně již nejsou na stránkách mainstreamových novin uveřejňovány pouze zprávy o kuriózních nálezech, reportáže o ničení památek stavbaři či články upozorňující na věčné půtky archeologů s investory, jak ve svých úvahách uváděl Slavomil Vencl (Vencl 2009, 564.). Současná společnost je zvědavá, touží odhalovat záhady minulosti, dozvídat se více informací včetně zajímavých detailů. Přestože jsou lidé stále méně pozornějšími čtenáři, úroveň poptávky po vzrůstu všeobecného přehledu i v tématech mimo odbornost dlouhodobě stoupá, táhnou témata domácí archeologie, ale tradičně už také i zahraniční objevy, zejména úspěchy českých egyptologů, a tak médiím nezbyvá, než na tuto poptávku reagovat přiměřenou nabídkou.

4.2.1.Specifika publikovaných informací v Hospodářských novinách a na webu iHNed.cz

Články vyexportované z mediální databáze obsahující jedno nebo kombinaci vícero klíčových slov byly rozčleněny do osmi základních kategorií podle toho, čeho se příspěvek týkal.

Do kategorie Domácí objev / výzkum byly zařazeny články upozorňující na zajímavé nálezy a probíhající výzkumy v České republice.

Kategorie Zahraniční objev / výzkum se také věnovala nálezům a jednotlivým výzkumům, ale na území Evropy a celého světa.

Kategorie Univerzity a vzdělání se věnuje zprávám o nových studijních oborech a jiným vysokoškolským zajímavostem, prodloužení akreditací, Univerzitám třetího věku nebo zprávám o dětských prázdninových univerzitách.

Do kategorie Aktuální společenské a politické dění spadají informace propojující archeologii s aktuálními událostmi a zpravodajstvím, např. ničení památek při válečných konfliktech nebo také srovnání jevů současné společnosti s minulými civilizacemi.

Věda, technika a výzkum obsáhla všechny populárně naučné příspěvky zaměřené na zdravotnická či technická témata, např. využití nových technických vymožeností v archeologii nebo zajímavé výsledky plynoucí ze zkoumání lidských koster, DNA atd.

Recenze knih, filmů a Kavárna je kategorie, ve které je míra informovanosti o oboru archeologie jako takovém nejnižší. Většinou se jedná o články, ve kterých je zvolené klíčové slovo použito jen tak mimoděk, či jako přirovnání. Do této kategorie patří upoutávky na vydané knihy či nové filmy, ve kterých figurují archeoložky či archeologové nebo také příběhy, které jsou uveřejněny v oddechových částech periodik, např. v páteční příloze deníku Lidové noviny.

Hospodářské noviny

Na základě tří klíčových slov - archeolog, archeologie a archeologický bylo na stránkách deníku Hospodářské noviny v rozmezí od 1. ledna 2014 do 31. prosince 2014 dle databáze MEDIASEARCH společnosti NEWTON Media, a. s. uveřejněno 36 článků s danou tematikou.

Nejvíce zpráv bylo překvapivě v Hospodářských novinách věnováno zahraničním výzkumům a objevům. Krátké zprávy zaměřené na informace o objevech a zajímavých domácích nálezích byly s těmi zaměřenými na světovou archeologii ve výrazném početním nepoměru. Což je velká škoda, protože rok 2014 rozhodně nebyl na nálezy v české krajině chudý. Rovněž to prokazuje, že za nejvýznamnější archeologické velmoci jsou mediálně stále považovány Egypt, Itálie či Řecko.

Autoři a autorky deníku Hospodářské noviny se věnovali také moderním tématům, archeologii a jejím dopadům na současnou

společnost, inovativní technice využitelné v archeologii či aktuálním politickým otázkám. Hned druhou nejhojněji zastoupenou kategorií byly právě články komentující současné politické či společenské dění s odkazy na dávnou minulost. Velký podíl na tom měl český egyptolog Miroslav Bárta, který hledal paralely mezi staroegyptskou a současnou českou společností a politickou kulturou a v médiích se s ním na toto téma několikrát objevily poměrně rozsáhlé rozhovory.

Zajímavým tématem Hospodářských novin spadajícím do této kategorie bylo také srovnání pohřebního ritu egyptské civilizace a dnešních Pražanů, bezobřadní trend současného pohřbívání, který byl v minulosti považován za největší potupu a nyní je zcela běžnou praxí. Z výběru zpráv vyplývá, že moderní společnost se obrací zpět do minulosti a hledá v ní odpovědi na aktuální otázky. V souvislosti s aktuálními problémy se objevilo také několik zpráv spojených s teroristickou skupinou Islámský stát, která se prezentuje násilím a vražděním nevinných lidí. Do mediálního povědomí se teroristé dostali také rabováním muzeí a záběry, na kterých ničí vzácné památky na území Iráku a Sýrie těžkou technikou. Rovněž palčivým problémem je ochrana archeologických památek v muzeích na Krymu.

Zpráv s velmi nízkým archeologickým potenciálem, kde se slovo archeolog vyskytne za okolností, které nejsou pro tuto práci relevantní, se vyskytlo minimum. Jedná se především o kulturní rubriky, kde jsou recenzovány knihy či filmy se stále velmi čtenářsky a divácky lákavou archeologickou problematikou.

Velkým zklamáním je skutečnost, že se v analyzovaném deníku objevila pouze jedna pozvánka na archeologickou výstavu za celý rok. Typické zprávy oznamující prodloužení stavby z důvodu rozsáhlého archeologického výzkumu se ve zkoumaném čase objevily na stránkách Hospodářských novin celkem tři. V ani jedné z nich však nebylo nijak kontextem ani užitým jazykem poukázáno na to, že má archeologický výzkum negativní vliv na stavbu. Jednalo se o prosté zprávy informující o

delší práci archeologů a následně i stavařů, bez jakéhokoliv upozornění na možné finanční ztráty, což je vzhledem k ekonomickému zaměření média překvapující.

iHNed.cz

Situace na webovém portálu téhož média byla překvapivě odlišná. Zpráv bylo více a jen velmi malá část témat kopírovala články překlopené do tištěného formátu deníku. Novinkou bylo propojení archeologie s popularizačními lékařskými tématy, antropologií či imunologií, objevily se články informující o nálezu nejstarší kostry člověka trpícího rakovinou nebo o výzkumu DNA vzorků původních obyvatel Evropy, kteří podle bádání nebyli běloši, či již značně líbivý příspěvek o králi Richardu III. a o množství za jeho života jím zkonsumovaného alkoholu. Celkově byly články zveřejněné online odlehčenější a pro běžného čtenáře stravitelnější a zajímavěji napsané, s chytlavými titulky.

Rovněž táhla současná politická a válečná dramata ve spojení s nutnou ochranou památek v oblastech zasažených vojenským konfliktem. Počet zpráv věnujících se českým objevům a výzkumům byl stejně tristní jako u tištěné podoby periodika, i když domácích zajímavostí bylo na webových stránkách iHNed.cz vyvěšeno více než těch zahraničních.

Pozvánky na archeologickou událost či výstavy se objevilo na webu pět, avšak dvě z toho byly na zahraniční akce. Ani stavaři nedostali příliš prostoru, tři články informovaly o prodloužení stavby z důvodu archeologického výzkumu a jedna poukázala na prodražení stavby právě z důvodu nedodržení termínů, způsobené dlouhodobě probíhajícím archeologickým zkoumáním.

Kategorie Infrastruktura se věnuje klasickým zprávám o stavbách a archeologických výzkumech na nich probíhajících.

Pozvánka na akci / výstavu je kategorie, ve které se objevují příspěvky s upoutávkami na aktuálně probíhající akce pro veřejnost, např. výstavy, nově otevřené skanzeny, Muzejní noci atd.

Tematický přehled zpráv v Hospodářských novinách a na webu iHNed.cz

Kategorie	Hospodářské noviny	iHNed.cz
Domácí objev / výzkum	4	5
Zahraniční objev / výzkum	9	3
Univerzity a vzdělání	2	-
Aktuální společenské a politické dění	6	14
Věda, technika, výzkum	2	4
Recenze knih, filmů, kavárna	9	5
Infrastruktura	3	4
Pozvánka na akci / výstavu	1	5
Celkem článků	36	40

4.2.2.Specifika publikovaných informací v Lidových novinách a na webu lidovky.cz

Lidové noviny

V tištěném vydání Lidových novin bylo v roce 2014 publikováno 101 zpráv obsahující jedno ze tří zvolených klíčových slov archeologie, archeolog či archeologický, což je výrazně vyšší počet než u předchozího zkoumaného periodika.

Nejvíce relevantních zpráv se opět týkalo aktuálního dění na poli společenském i politickém. Také v Lidových novinách byl medializován český egyptolog Miroslav Bárta se svým týmem archeologů za objev hrobky jednoho z egyptských královských lékařů. Tento objev získal 6. místo v celosvětovém žebříčku největších objevů roku 2013. Opomenuti nebyli také další čeští archeologové, například laureát Ceny Neuron za přínos světové vědě 2014 Evžen Neustupný či in memoriam vyznamenaný Zdeněk Klanica, který v loňském roce obdržel Vyznamenání prezidenta republiky za zásluhy o stát v oblasti vědy. Ani Lidové noviny neopomněly věnovat mediální prostor barbarskému jednání členů Islámského státu.

Druhou nejsilnější kategorií byla vzhledem k zaměření média sekce kulturních recenzí, kde se jednalo především o obsahy knih, historických děl, ale také o velmi zajímavé texty kulturní rubriky, které často velmi rozsáhle popisovaly zážitky z cest, návštěvy archeologických nalezišť a dalších zajímavých památek. Objevilo se rovněž několik zajímavých pojednání na téma budoucích archeologů, co si pomyslí o některých současných vymoženostech a zároveň, jak bude práce budoucích archeologů probíhat, vzhledem k tomu, že většina současných pramenů je uchovávána pomocí počítačových technologií a lehce zničitelných souborů a formátů. V reakci na nové omezení Evropské unie týkající se využití igelitových tašek byla v Lidových novinách uveřejněna úvaha s pejorativním označením „Blbost v igelitu“, vztažena na to, co by archeologové našli, kdyby zkoumali pražské popelnice.

Třetí nejsilnější skupinou byla kategorie pozvánek na archeologické výstavy, prohlídku archeoskanzenů a muzeí a upozornění na nově vydané publikace s archeologickou tematikou. Z šestnácti pozvánek byly pouze dvě věnovány akcím konaným v zahraničí, zbylých čtrnáct se zaměřilo na akce konané na území České republiky.

Stejný počet zpráv s archeologickým zaměřením se věnoval otázkám technických objevů využitelných v archeologii, např. dronům, průlomů ve zkoumání lidské DNA a její využitelnosti při rekonstrukci obličejů našich

předků nebo třeba také relativně novému oboru archeoakustice. Vzhledem k tomu, že tajemno stále táhne, objevil se v Lidových novinách článek reagující na aktuální názory při zkoumání britské lokality Stonehenge, který svatyni značně zjednodušeně označil za zvonkohru.

Informace o zahraničních výzkumech a objevech byly i v tomto médiu publikovány častěji než zmínky o našem domácím snažení. Z českých úspěchů byl několikrát vyzdvížen překvapivý nález základů raně středověké sakrální stavby na Vyšehradě.

Ani Lidové noviny neuveřejnily pomlouvačné zprávy o problémech, které ve stavebnictví způsobuje prodlužování archeologických výzkumů. Zato se redaktoři a redaktorky nevytáhli příliš vhodnými titulky. V novinách se objevilo např.: „Náš sex s neandrtálci“, článek pojednávající o výzkumu možného splynutí moderního člověka s neandrtálci, dále do očí bijící titulek názorového příspěvku „Našli hov... a jsou na to pyšní“, který byt obhajoval nálezy koprolitů a relevantní informace, které lze z těchto nálezů získat, nevyzníval nejlépe a do seriózních novin rozhodně nepatří.

Zajímavý byl rovněž článek, který se zabíral udělováním Ig Nobelovy ceny (za výzkumy, které se vůbec neměly uskutečnit a už vůbec by se neměly opakovat), parodií pravých Nobelových cen, kterou v loňském roce získali brazilští archeologové za výzkum, při kterém zkoumali hrabání a přenášení hlíny pásovcem. Autor článku obhajoval archeologickou práci, která sice pro většinovou společnost může být nepochopitelná, ale ve výsledku má velmi logické vysvětlení. V tomto konkrétním případě se archeologové snažili odlišit činnost člověka od činnosti zvířete a zamezit falešnému identifikování archeologických objektů v půdě, což pořadatelé antice, díky svým nedostatečným znalostem dané problematiky, nebyli schopni do důsledku pochopit.

Přestože některé články tištěného vydání vykazovaly lehké formy bulvarizace, viz zmíněné titulky za užití vulgarismů či sexuálních podtextů, ani v Lidových novinách se neobjevily zprávy, které by

dehonestovaly práci archeologů nebo jim přičítaly za vinu zvýšené finanční náklady či prodlužování výstavby infrastruktury, právě naopak, objevilo se hned několik zpráv či přímo úvah, které bych se nebála označit za obhajoby archeologie či přímo práce archeologů a archeoložek jako takové.

Lidovky.cz

Celkově se článků zaměřených na archeologickou problematiku vyskytovalo na online webu Lidovky.cz méně než v tištěné verzi média. Výrazně ubylo článků v kategorii recenzí, které jsou pro online příliš dlouhé a čtenáři by je nedočetli do konce. Naopak se navýšil právě počet kratších zpráv informujících o objevech.

Webovému portálu Lidovky.cz vládly zprávy informující o zajímavých nálezech a výzkumech v zahraničí. Online čtenáři tak měli možnost alespoň virtuálně navštívit Španělsko, Německo, Itálii, Tunisko, Maroko nebo třeba daleké Mexiko. Zásadně si polepšilo i domácí zpravodajství, díky kterému jsme se krom Prahy podívali i do regionů na výzkumy do Brna, Chrudimi či Kolína.

Pro online byly stejně jako na webu Hospodářských novin specifické zajímavosti, zejména zdravotnické a vědecké výzkumy, jako např. možnost návratu pravých neštovic, výzkum srovnávající stav chrupu u lovců a sběračů s dnešní populací, nález nejstarší kostry vykazující znaky rakoviny či využití tomografu při zkoumání mumií přes obvazy. Zajímavostí bylo také prokázání využívání sádry na našem území v pravěku a zjištění původní barvy divokých koní. Obecně se objevovala lehce stravitelná a pochopitelná témata s přímým důrazem na člověka.

Nechyběly ani bombastické zprávy o možném nálezu "německého pokladu Nibelungů", vraku Kryštofa Kolumba či objevení nejstaršího syra na světě na tvářích mumií. Naopak počet pozvánek na akci byl velmi nízký,

do online podoby se oproti tištěným šestnácti pozvánkám dostaly pouze tři.

Ústav archeologické památkové péče středních Čech se objevil opakovaně v několika zprávách týkajících se korupční kauzy poslance Davida Ratha, konkrétně ve spojení s jeho spolupracovnicí Šárkou Alexa, která byla obviněna z porušování povinnosti při správě cizího majetku v souvislosti s vrácením půjčky osmi miliónů korun.

Ani tentokrát jsme se nevyhnuli zprávám se skrytým sexuálním podtextem či minimálně nahotou. Poměrně komicky působila zpráva peruánských archeologů apelujících na turisty navštěvující ruiny inckého kultovního města Machu Picchu, aby místo respektovali a na památku se neobnažovali a nefotili se nazí, což je podle článku současným turistickým trendem.

Tematický přehled zpráv v Lidových novinách a na webu lidovky.cz

Kategorie	Lidové noviny	lidovky.cz
Domácí objev / výzkum	10	17
Zahraniční objev / výzkum	14	22
Univerzity a vzdělání	3	-
Aktuální společenské a politické dění	21	15
Věda, technika, výzkum	14	9
Recenze knih, filmů, kavárna	19	10
Infrastruktura	3	3
Pozvánka na akci / výstavu	16	3
Celkem článků	100	79

4.2.3. Specifika publikovaných informací v bulvárním deníku Blesk a na jeho webových stránkách www.blesk.cz

Blesk

U bulvárního deníku Blesk byla má očekávání zpracování archeologické problematiky na stránkách tištěné verze velmi malá. O to překvapivější bylo zjištění, že uměřeností titulků a zaměřením zejména na objevy domácího původu může konkurovat běžným mainstreamovým médiím. Což nesvědčí nutně o kvalitě tohoto média, ale spíše o celkové bulvarizaci a zobecňování na stránkách médií dosud považovaných za seriózní.

Forma zpracování článků zaměřených na archeologická témata odpovídala struktuře periodika. Jednalo se především o kratší zprávy doplněné o fotografie. Přesto ze všech 31 zpráv byla pouze jedna naprostým informačním balastem a pouze jeden titulek byl za hranicí dobrého vkusu.

Deník Blesk publikoval několik zpráv s regionální archeologickou problematikou, stejně jako zpravodajství ze zahraničí. Domácím nálezům se věnovalo jedenáct článků. Velmi oblíbeným tématem na stránkách deníku Blesk byly zejména náhodné nálezy běžných lidí a ještě oblíbenější odměny jim za takto učiněný nález vyplacené, např. Houbařka našla stříbrný poklad atd. Objevily se však také zprávy z výzkumů v Brně, v Chomutově, v Žatci, ve Valči či z Prahy. Zpráv informujících o zahraničních nálezech byla polovina.

Další hojně zastoupenou kategorií byly pozvánky na akce, které byly publikovány zejména v jarních a letních měsících. Z celkem šesti upoutávek na zajímavá místa a výstavy byly jen dvě na zahraniční události. V domácím prostředí lákali redaktoři Blesku na archeologický park ve Vřetanech nebo na výstavu do Moravského zemského muzea v Brně na prohlídku Agamemnonovy zlaté posmrtné masky.

Velmi oblíbenou anketou „Kdo kolik bere“, která se objevuje na stránkách deníku Blesk pravidelně, je zveřejňování průměrných platů českých pracovníků napříč všemi obory. Archeologové dle informací, které o sobě zadali na portálu Platy.cz, dosáhli na průměrnou měsíční mzdu 18 106 Kč. Další události komentující aktuální společenské dění ve spojitosti s archeologií se týkaly stejně jako v předchozích periodických udílení prezidentských ocenění či kandidatury bývalého archeologa do senátu.

Zpráva informující o prodloužení stavby v závislosti na délce trvajícího archeologického výzkumu se v loňském roce objevila v deníku Blesk pouze jednou a opět se jednalo o prosté konstatování faktu.

Vzhledem k zařazení periodika mezi bulvární plátky nejsou žádným překvapením titulky s výkřikem např. Tutanchamon byl mrzáček či Splněný sen za 40 miliónů! V deníku Blesk nenajdeme žádné podrobné odborné statě zaměřené na jakoukoliv problematiku, stejně tak ani na archeologii. Bylo by však chybou nevyužít potenciálu, který bezesporu vzhledem k nejvyšší čtenosti na našem mediálním trhu, Blesk má. Ideálním způsobem je právě využití k propagaci zajímavých akcí, výstav, archeologických dnů atd. Rozsah vlivu na veřejnost je obrovský.

www.blesk.cz

Bulvární webové stránky www.blesk.cz nabídly nejvíce příspěvků s archeologickou tematikou v době tzv. okurkové sezóny, tedy v období letních prázdnin, kdy lidé vyhledávají vhodné lokality na dovolenou a cestování, opakovaně se objevovaly upoutávky a pozvánky na návštěvu zahraničních destinací, které se mimo jiné mohou honosit archeologickými památkami jako např. Sardinie, Řecko či Chorvatsko. Opomíjeny nebyly ani české události, opakovaně se objevila např. upoutávka na archeologický park v Liboci. Ze dvaceti pozvánek byla nadpoloviční většina zaměřena právě na aktivity domácích archeologů.

Další kategorie byly poměrně vyrovnané. Ve stejném počtu se objevily zprávy s českými a zahraničními nálezy. V kategorii aktuálního dění a na poli výzkumu se opakovaly zprávy uveřejněné i v tištěné formě. Objevily se recenze na novou verzi počítačové hry Tomb Raider s nejslavnější fiktivní archeoložkou Larou Croft. Ani na webu deníku Blesk se neobjevily zprávy připisující archeologům na vrub zvýšení finančních nákladů staveb nebo jejich výrazné zpoždění.

Úroveň zpráv byla na tomto médiu podstatně nižší než v psané formě bulvárního deníku Blesk. Objevily se velmi výrazné bulvární titulky, prakticky každý obsahoval interpunkční znaménka - vykřičník či otazník, využity byly expresivní výrazy, bombastická spojení, sexuální podtext a přídavná jména evokující unikátnost. Titulky velmi výrazně působily na pudovost čtenáře. Např. „Žhavé a nebezpečné: Deset nejvíc sexy hrdinek videoher!“, „Děsivé i poutavé: Bagr odhalil hroby z doby kamenné!“, „Skutečná podoba faraona Tutanchamona odhalena: Vzešel z incestu!“, „Našli kosti nového druhu dinosaura: Vážil jako dvanáct slonů a víc než boeing!“, „Hroby vydaly děsivé tajemství: Slováci byli kanibalové!“ a další.

Webové stránky deníku Blesk jsou typickou ukázkou, jak pracují bulvární média s informacemi. Jedná se především o krátké zprávy s palcovými titulky, mnohdy spíše než s titulky s výkřiky, kterými se snaží čtenáře okamžitě zaujmout. Zobecnění textu je základním pravidlem. Využívá se všech zjednodušujících forem. Jsou podávány kusé informace, které jsou mnohdy nahrazovány fotografiemi. Je potřeba brát toto médium s rezervou a využívat jej k tomu, k čemu jeho způsob informování slouží, což je primárně pobavení a oddych jeho čtenářů od všedních záležitostí. Na škodu však není využít jeho potenciálu a avizovat například návštěvy archeologických parků či skanzenů, které nabývají u běžné veřejnosti stále větší oblibě.

Tematický přehled zpráv na stránkách Blesku a na webu www.blesk.cz

Kategorie	Blesk	Blesk.cz
Domácí objev / výzkum	12	5
Zahraniční objev / výzkum	7	6
Univerzity a vzdělání	-	-
Aktuální společenské a politické dění	4	6
Věda, technika, výzkum	1	3
Recenze knih, filmů, kavárna	-	3
Infrastruktura	1	2
Pozvánka na akci / výstavu	6	20
Celkem článků	31	45

4.2.4.Specifika publikovaných informací v deníku Právo a na jeho webových stránkách www.novinky.cz

Právo

Počty novinářských příspěvků s archeologickou problematikou v deníku Právo byly oproti ostatním sledovaným médiím nadprůměrné. V loňském roce se v tištěné verzi tohoto média objevilo více než dvě stě zpráv s danou tematikou, velký počet zpráv kopíroval obdobné a stejné informace, které se již objevily v předchozích sledovaných médiích. Zcela jednoznačně byly nejsilnějšími kategoriemi zprávy týkající se domácích objevů a výzkumů a pozvánky na jednotlivé akce do konkrétních muzeí, hradů, zámků, archeologických skanzenů a galerií. Velmi se činili zejména novináři regionálních redakcí, kteří si nenechali ujít možnost informovat čtenáře o zajímavých akcích a možnostech trávení volného času, což potvrzuje 55 zpráv s nabídkou archeologických událostí pro veřejnost.

Bohužel v tomto médiu se výrazně projevil nešvar negativní prezentace práce archeologů na výzkumech a to téměř ve třiceti zprávách. Z textu je často patrná výtká na zbytečně vynaložené finanční prostředky, prodlužování délky plánovaných staveb, plýtvání zdroji, časem a nelibosti stavbařů i lokálních politiků nad nutností výzkumy vůbec provádět. Novináři a novinářky prokazatelně pokládali návodné otázky s tím, aby potvrdili to, co chtěli slyšet a co se jim hodí do výsledného textu, např. užitá, byť ve výsledku pozitivní, citace stavbaře: „Spolupracuje se nám dobře, archeologové práci nebrzdí,“ které nutně musela předcházet otázka, ve které novinář předjímal a ptal se, zda archeologové spolupracují a výzkum nebrzdí.

V článcích se objevily ironizující spojení, zesměšňující komentáře a někdy až vyložené absurdnosti, kdy jsou například v publikované zprávě archeologové obviněni z poškození kořenů aleje kaštanů při prováděném výzkumu a jejich následné nutnosti vykácení radními. Zcela běžné jsou titulky a posměšné větné vazby: „Výzkumy zpomalují opravy, práce ještě ani nezačaly, archeologové totiž kutají již řadu měsíců, proměnu zastavily vykopávky, spory s archeology výrazně přibrzdily přístavbu, či archeologové si se stavbaři výjimečně rozumějí” atd.

Naprosto nesmyslná se jeví také poznámka ve zprávě informující o spolupráci archeologů se stavbaři, kterou bohužel kazí počasí, které brzdí hlavně archeology, protože stavbaři jsou na bláto zvyklí. Takovýchto hloupých generalizujících tvrzení se bohužel v textech objevuje celá řada, stejně jako slovních spojení zdouhavý, dlouhý, brzdící archeologický výzkum. Tyto mystifikující texty se objevují výhradně v regionálních přílohách a dle mého názoru odrážejí postoj novinářů lokálních redakcí k předkládání tématu tak, jak jej dle jejich mínění místní čtenáři chtějí číst. Nabízí se také otázka politické propagandy lokálních autorit, radnic, které nejsou vždy archeologickým výzkumům nakloněny.

Na zpravodajském portálu www.novinky.cz bylo v roce 2014 uveřejněno celkem 182 zpráv, ve kterých se objevilo jedno ze sledovaných klíčových slov, a to archeolog, archeologický nebo archeologie. Drtivá většina všech zpráv byla jen s drobnými úpravami nebo zcela bez úprav publikovaná taktéž v tištěné verzi deníku Právo.

Kvalita novinářských příspěvků tohoto média, co se sledované archeologické problematiky týče a způsobů informování o archeologických objevech, byla jednou z nejslabších, ačkoliv jich bylo hodně. Redaktoři se zcela cíleně zaměřovali na témata, která vzbudí u čtenářů patřičný rozruch. V titulcích se to proto hemžilo upíry, lidojedy, mumii, gladiátory, podsvětím a zlem, chybět nemohla ani nahota a rozkoš.

Pozitivně hodnotím nejhojněji zastoupenou kategorii pozvánek na akce, zajímavé turistické výlety, hrady, zámky, tvrze, skanzeny nebo pozvánky na výstavy v muzeích a galeriích.

V pravidelných rubrikách Kam na víkend a s dětmi se objevily upoutávky na zajímavé archeologické akce po celé České republice. V průběhu jarních, letních a částečně podzimních měsíců se redaktoři deníku Právo a portálu www.novinky.cz zaměřili na zajímavé lokality a často velmi podrobně popsali celé turistické stezky s možností zastávek na různých archeologických nalezištích.

Opět se objevily články informující o zpoždění či zdržení stavby díky nebývale rozsáhlému archeologickému průzkumu, blokace stavby způsobená výzkumem a nehoráznými požadavky archeologů. Těchto manipulativních zpráv bylo výrazně méně než v tištěné podobě deníku.

Tematický přehled zpráv na stránkách deníku Právo a na webu www.novinky.cz

Kategorie	Právo	Novinky.cz
Domácí objev / výzkum	61	24
Zahraniční objev / výzkum	27	30
Univerzity a vzdělání	3	5
Aktuální společenské a politické dění	13	13
Věda, technika, výzkum	7	16
Recenze knih, filmů, kavárna	18	35
Infrastruktura	27	11
Pozvánka na akci / výstavu	55	61
Celkem článků	211	195

4.2.5. Specifika publikovaných informací v deníku Mladá fronta DNES a na jeho zpravodajských webových stránkách www.zpravy.idnes.cz

Mladá fronta DNES

Vzhledem k rozsáhlému systému regionálních redakcí je pochopitelné, že i počet mediálních výstupů s archeologickou problematikou je v deníku Mladá fronta DNES ze sledovaných médií nejobsáhlejší. V roce 2014 bylo na jeho stránkách otištěno 572 výstupů obsahujících zvolená klíčová slova.

Drtivou většinu tvořily pozvánky na kulturní akce, přednášky a výstavy, tipy na výlet či nabízený program pro veřejnost pořádaný zájmovými skupinami living history. Celkem 214 článků a krátkých zpráv, velkou měrou rozloženo do regionů České republiky, informovalo o možném trávení volného času. Druhou nejsilnější skupinou v tomto médiu

pak byly zprávy informující o archeologii ve spojitosti se stavební problematikou. Více než sto příspěvků zmiňovalo archeologický výzkum, či práci archeologů jako zákonnou a plánovanou nutnost při realizaci nové stavby či rekonstrukce. V těchto zprávách bylo užito osočujících slovních spojení, zdlouhavé archeologické výzkumy byly označeny jako viníci prodražujících se staveb. Z přímých citací investorů a stavbařů se veřejnost tak často mohla dozvědět, že “stavba bude dokončena včas v případě, že nedojde k žádnému archeologickému nález,” nebo že “vše záleží na tom, zda něco objeví,” případně, že “archeologické práce zvedly cenu o 1,7 milionu.”

Archeologové byli osočeni řidiči, že kvůli zdlouhavému výzkumu nemají v Pardubicích kde parkovat, případně, že kvůli jejich nekončící práci nebudou v Brně na Zeleném trhu moci být veřejností tolik oblíbené Vánoční trhy. Jasným důkazem novinářského ignorantství je pak označování všech nálezů za nicneříkající střepy. Zajímavé je, že stejně jako v deníku Právo se tyto nešvary objevují především u regionálního zpravodajství.

www.zpravy.idnes.cz

Zpráv tematicky se věnujících archeologické problematice bylo na zpravodajském portále www.zpravy.idnes.cz uveřejněno v roce 2014 pouze čtyřicet šest. Téměř čtvrtinu tvořily recenze na knihy a počítačové hry, ve kterých se jako hlavní postava vyskytoval archeolog nebo archeoložka bojující s nadpřirozenými silami a pátrající po mystickém pokladu.

Na tomto portále rovněž táhly zahraniční objevy, stejně jako v ostatních sledovaných médiích nechyběly zprávy o úspěších českých egyptologů. Z domácích objevů se novináři několikrát věnovali novým objevům archeologů na Vyšehradě a nálezům učiněným detektorem.

Z výzkumných témat se opět opakovala problematika prapůvodu našich předků nebo zvyků neandrtálců. Velmi často novinářsky

zpracovávána byla současně velmi aktuální problematika detektorů kovů a s nimi spojených nálezů a četnosti nálezů militárií a munice, jejichž nahlášené případy loni dle bezpečnostních složek výrazně narostly.

Články na webu iDNESu byly napsány korektně a ani ve spojení s plánovanými stavbami a povinnými archeologickými výzkumy se neobjevila žádná expresivně zabarvená spojení, předpojatosti či nemístná hodnocení. Novináři se omezovali na prostě informační styl.

Tematický přehled zpráv v deníku Mladá fronta DNES a na zpravodajském portále www.zpravy.idnes.cz

Kategorie	Mladá fronta DNES	ZprávyiDNES.cz
Domácí objev / výzkum	58	5
Zahraniční objev / výzkum	9	11
Univerzity a vzdělání	27	-
Aktuální společenské a politické dění	63	8
Věda, technika, výzkum	30	7
Recenze knih, filmů, kavárna	33	10
Infrastruktura	101	2
Pozvánka na akci / výstavu	214	3
Celkem článků	535	46

5. Mediální bludy a polopravdy tradované o archeologii, archeolozích a jejich práci

Nejen masová média mají obrovský vliv na společnost, ale také filmový průmysl nastoluje témata a určuje, jak je daná problematika konzumenty vnímána. Za uplynulé dvacáté století byla díky kinematografii o archeologii vytvořena celá řada falešných představ, mnohdy až groteskních. Nejen Hollywood vyprodukoval množství filmů o archeolozích - lovcích pokladů, kteří při honbě za bájnými předměty běžně nasazují své životy, bojují s ozbrojenými lumpy, nebezpečnými tvory, mumiiemi či jinými fantaskními bytostmi. V návaznosti na tento trend reagovala také běžná média, která jen dále utvrzovala společnost v představách, které filmový průmysl zasadil hluboko do jejich hlav.

Na největší nepřesnosti, se kterými se v současné době v žurnalistických textech setkáváme, jsem se zaměřila v následující kapitole.

5.1. Fáma tyranosaura Rexe a Tutanchamonův mýtus

Archeologové a archeoložky se poměrně často setkávají s dvěma otázkami, které běžné občany napadají ve spojitosti s jejich povoláním, a to: zdali už byli v Egyptě, případně, jestli už objevili kosti dinosaurů. Průměrně vzdělaný člověk, který se nijak zvlášť o archeologii nezajímá, si při slovech archeolog, archeologický výzkum či výprava zpravidla představí člověka, který štětečkem oprašuje kosti vyhynulých tvorů nebo odkrývá hrobky mrtvých faraonů. Rozdíl mezi archeologem, paleontologem, antropologem, egyptologem a historikem je velmi podstatný, avšak především kvůli špatné terminologii uváděné v tisku, v médiích a ve filmovém průmyslu, jehož zástupci s těmito názvy povolání pracují velmi volně, je téměř nemožné tuto zcela základní chybu v povědomí běžné populace odstranit a nezbývá, než stále dokola vysvětlovat, že se jedná o

zcela specifické a hlavně odlišné vědní obory.³⁸ Významným problémem je také chápání samotné archeologické terminologie, neboť v různých zemích, zejména v anglosaských, je tento vědní obor archeologie pojímám a vzhledem k rozsahu zkoumaného údobí pojmenováván různě.

5.2. Blud Indiana Jonese a Lary Croft

Co by to bylo za archeologickou expedici, kdyby se archeologům do cesty nepostavilo alespoň pár nacistů. Indiana Jones v podání Harrisona Forda je bezesporu nejznámějším, ač fiktivním archeologem všech dob. (Příloha č. 1)

Klobouk typu Fedora a bič inspiroval nejednoho budoucího archeologa. I dnes můžeme zahlédnout na hlavách českých odborníků i nadšených studentů náznak odkazu na tohoto slavného filmového protagonistu.

Dívky dávají přednost neméně slavné představitelce filmové trilogie natočené podle počítačové hry Tomb Raider. Britskou archeoložku Laru Croft v ní ztvárnila herečka Angelina Jolie. (Příloha č. 2)

³⁸ např. Zprávy.IDNES.cz ze dne 2. 11. 2012, autor: Petra Škraňková, Adam Hájek, Tomáš Šťaska, dostupné na http://zpravy.idnes.cz/cesti-egyptologove-nalez-hrobky-dor-/zahranicni.aspx?c=A121102_145758_zahranicni_ts

Češi hlásí velký nález, v poušti objevili hrobku egyptské princezny

Čeští archeologové objevili v egyptském Abúsíru poblíž Káhiry hrobku princezny z páté dynastie, tedy z období 2500 až 2350 let před naším letopočtem. Je to unikátní nález, který tu nebyl už roky, říkají. Oznámila to egyptská Nejvyšší rada pro památky, na niž se odvolávají agentury DPA a EFE. Jak iDNES.cz potvrdil Miroslav Bárta, ředitel koncese pro výzkum v Egyptě z Českého egyptologického ústavu, objev hrobky princezny Šert Nepti je unikátní nález. Největší za posledních dvacet let. Čeští egyptologové objevili nový hrobový komplex, jehož fasáda je zdobená sochami. Uvnitř hrobky našli nepravé zdobené dveře a čtyři sochy majitelky, které dokazují vysokou řemeslnou zručnost jejich starověkých tvůrců. ...

Ve středoevropském prostředí však nebojujeme s po zuby ozbrojenými překupníky, ale především s nezájmem úředníků, nedostatkem státních dotací a hlavně s bezohledností stavařů a investorů.³⁹

5.3. Mýtus lovců pokladů

Archeologové prodírající se pralesem, v jedné ruce mačeta prosekávající bujný porost, v druhé ruce kompas a za pasem střelná zbraň. Takhle vypadá klasická scéna z filmu s archeologickou tematikou. Honba za pokladem se divákům pravděpodobně nikdy neomrzí.

Realita je ovšem trochu jiná. Ano, existují specializované skupiny lovců pokladů, které pracují většinou na objednávku bohatých sponzorů a hledají ztracené předměty. Takových skupin je ovšem velmi málo. Nejznámějším případem na našem území je nalezení relikviáře Sv. Maura

³⁹ Magazin.cz ze dne 31. 8. 2012, autor: Lucie Žáková, dostupné na: <http://magazin.libimseti.cz/cestovani/9267-jsou-archeologove-jako-indiana-jones>

Jsou archeologové jako Indiana Jones?

Každý z nás měl jistě v dětství své vysněné povolání. Někdo chtěl být hasičem, někdo policistou, kosmonautem a někdo třeba archeologem. Některým lidem se tento dětský sen splnil, jiní si svou vysněnou profesi alespoň jednou vyzkoušeli. A právě na Horní tvrzi v Kestřanech nedaleko jihočeského Písku si mohli lidé vyzkoušet, jaké je to být archeologem. V červenci (konkrétně 16.-27. července) a v srpnu (11.-17. srpna) se na tomto místě totiž konala akce s názvem Archeocamp. Na této akci se sešli převážně studenti archeologie a historie, ale i lidé, které dějiny jen zajímají a jsou jejich koníčkem...

ze 13. století,⁴⁰ který v roce 1986 objevili čeští kriminalisté, a to na základě finanční nabídky, kterou tehdejší vládě učinil americký obchodník Dany Douglas.

Naprostá většina archeologických výzkumů na území České republiky je dnes realizována z důvodu stavby, jedná se o výzkumy záchranné. Na rozdíl od filmařů nemají archeologové prostředky na to, aby cestovali po celém světě a hledali předměty bájně mytologie, jako je Svatý grál, Kolébka života či poklad rytířského řádu templářů.

Tento mýtus je rovněž podporován nárůstem oblíbenosti detektorářské činnosti. Amatérští detektoráři, často inspirováni lovci pokladů, brázdí nejen české lesy, hledajíce militária či podstatně starší nálezy. Nutno podotknout, že bez spolupráce archeologa je tato aktivita velmi škodlivá a je při ní zničena většina nálezových okolností. Při návštěvě např. webových stránek LovecPokladu.cz nebo DetektorWeb.cz nezůstane suché oko jediného archeologa nad fotografiemi nálezů, kterými se mnohdy nemůže pyšnit ani Národní muzeum a jedná se o dosud nevídané unikáty na našem území. Je potřeba edukovat veřejnost, aby mylně nepovažovala nadšence za amatérské archeology, protože těmi je opravdu jen velmi úzká skupinka osob, která si velmi dobře uvědomuje nutnost spolupráce s archeology - odborníky a rizika daná amatérským jednáním.

⁴⁰ Magazín Práva ze dne 23. 10. 2010, autor: Petra Hátlová, dostupné na: <http://www.novinky.cz/cestovani/214981-relikviar-svateho-maura-nevedeli-co-hledaji-nasli-poklad.html>

Relikviář svatého Maura: Nevěděli, co hledají, našli poklad

Relikviář svatého Maura uložený na zámku Bečov je památka nedozírné historické hodnoty. Mnoho let byl ukryt pod podlahou hradební kaple a jeho osudem mělo být stát se chloubou nějaké soukromé zahraniční sbírky. Naštěstí k tomu nedošlo. Relikviář letos slaví čtvrt století od svého znovuzrození. Jeho nález dodnes patří k nejkurióznějším případům bývalé československé Federální kriminální ústředny, a to i přes to, že se pátrání podobalo spíše pohádce se šťastným koncem než hledání unikátního historického předmětu.

5.4. Módní vlny archeologie

Ač se to může zdát nepravděpodobné, i v archeologii se odrážejí módní vlny a aktuální nálady dění ve společnosti. Krásným příkladem je mediální blud ruského prezidenta Vladimira Putina. V říjnu roku 2011 obletěla všechna světová média, česká nevyjímaje, zpráva o jeho fantastickém nálezů antických amfor, které vylovil při potápění v Černém moři.

Články, popisující Vladimira Putina jako renesančního člověka s mnoha zájmy a zálibami, doslova zahltily mediální prostor.⁴¹ U nás zprávu otiskla všechna média, bulvární i seriózní, reportáže vysílala stanice Nova, Prima, ale i veřejnoprávní stanice České televize. Na začátku podzimu pak začala média spekulovat o tom, že by se mohlo jednat o podvrh.⁴²

O necelé dva měsíce později se potvrdilo, že šlo o sehranou scénku, a všechna média, která uveřejnila zprávu o Putinově fantastickém nálezů,

⁴¹Ceskatelevize.cz ze dne 10. 8. 2011, autor: pet, dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/132578-rusky-indiana-jones-nasel-dve-amfory/>

Ruský Indiana Jones našel dvě amfory

Moskva - Vladimír Putin se už předvedl všelijak - jako judista, lyžař, jezdec na koni, pilot, hasič, šofér, objevitel, karatista, potápěč nebo lovec zvěře. A dnes svým ruským spoluobčanům - a zejména voličům - předvedl svou stránku amatérského archeologa. Na Tamanském poloostrově na severu Černého moře se v místě starořeckého sídla Fanagoria ponořil do moře, kde "zcela náhodou" narazil na dvě antické amfory, které následně vyzdvihl...

⁴²Ceskatelevize.cz ze dne 12. 8. 2011, autor: pet, dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/132742-putin-archeolog-sklizi-jen-posmeh/>

Putin archeolog sklízí jen posměch

Moskva - Poslední počín ruského premiéra Vladimira Putina, který po ponoření do vln Černého moře u někdejší starověké osady Fanagoria hned našel dvě antické amfory, budí na ruském internetu jen posměch. Blogerů se pozastavují nad tím, že Putin našel ihned po ponoření do vody dvě naprosto zachovalé amfory ze šestého století. A navíc jen v dvoumetrové hloubce....

psala také o jeho blamáži.⁴³ Není tedy divu, že po této takřka trojité mediální masáži porazil amatér Putin Indiana Jonese a stal se mediálně nejvyhledávanějším archeologem roku 2011.

5.5. Archeologové jako kopáči

Nejde ani tak o pověru jako o to, jak je povolání archeologa veřejností velmi obecně vnímáno. O tom, že existují další, šetrnější způsoby a metody, kterými archeologové zkoumají minulost, než jen rýč a lopata, ví opravdu jen skupinka zainteresovaných lidí. Pojem nedestruktivní archeologie je v myslích laické veřejnosti velmi abstraktním pojmem. Představa archeologa - kopáče je ve společnosti hluboce zakořeněna a média ji stylizací svých článků vehementně podporují. Je potřeba prezentovat i jiné metody zkoumání, např. výsledky letecké archeologie či zapojovat veřejnost do pátrání po ztracených archeologických útvarech formou kontroly běžně online dostupných satelitních snímků a map. Mezi veřejností je rovněž velmi rozšířena představa archeologa "štětečkáře", přičemž při reálném výzkumu dojde k užití tohoto nástroje při oprašování drobných archeologických nálezů jen velmi sporadicky.

5.6. Střepy a hromady střepů

Při procházení mediálních výstupů za rok 2014 jsem se několikrát setkala s označením všech archeologických nálezů jakožto střepů, hromad střepů, případně pejorativním označením objeveného archeologického

⁴³ Ceskatelevize.cz ze dne 5. 10. 2011, autor: rai, dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/138497-putin-archeolog-senzacni-nalez-byla-scenka-pro-media/>

Putin archeolog - senzační nález byla scénka pro média

Moskva - Ruský premiér Vladimir Putin opravdu není úžasný archeolog. Jeho tiskový mluvčí Dmitrij Peskov totiž prozradil, že Putin srpnový senzační nález dvou antických amfor sehrál pro média. Ruský premiér se nechal natočit a vyfotit u toho, jak z Černého moře vytahuje vzácné artefakty, jenže ty předtím archeologové položili do malé hloubky a Putinovi ukázali, kde přesně má starověké amfory hledat....

materiálu jakožto nic neříkajících střepů. Nejmenovaný novinář deníku Mladá fronta DNES uvedl ve svém textu dokonce značně výsměšné spojení “střepy, pardon nálezy.” Vzhledem k tomu, že keramické nálezy jsou nejhojnějším archeologickým inventářem, je vcelku logické, že i média na tento fakt reagují. O to důležitější je i tyto “kousky historie” dávat novinářům do hlubšího kontextu, který by dokázali zajímavě zpracovat a nedávali by tak svým čtenářům najevo, že je práce archeologů nezajímavá či hůře zbytečná.

6. Závěr

Mediální obraz vědního oboru archeologie se v posledních letech velmi výrazně proměňuje. Troufám si říci, že co se týče počtu mediálních výstupů s danou problematikou, k lepšímu. Nejvíce článků s archeologickou tematikou bylo v loňském roce publikováno v deníku Právo a na stránkách Mladé fronty DNES. Bohužel kvalita příspěvků v těchto dvou médiích nebyla z pohledu prezentace archeologických témat nejkvalitnější.

Archeologická témata jsou ve většině hlavních českých deníků a na jejich online serverech frekventována pravidelně a nezaujatě. Redaktoři a redaktorky se zaměřují především na prezentaci zajímavostí z výzkumů a na představení výjimečných nálezů, ať těch domácích či zahraničních expedic. Zejména v regionálních mutacích se novináři nevyhýbají také menším výzkumům. Veřejnost se dozvídá, často v několika vlnách, o chystaných a probíhajících výstavách, nechybí avizování a pozvánky na akce konané v archeologických skanzenech a archeoparcích.

Všeobecně, co se týče obsahové části, velmi razantně ubylo článků popisujících archeologické výzkumy jako aktivity prodlužující termíny dokončení projektů infrastruktury a prakticky vymizely zprávy popisující povinné archeologické průzkumy jako zbytečné aktivity, které se výrazně podílejí na prodražování staveb. Nejvíce takto negativně zaujatých zpráv se objevilo právě v deníku Právo.

I nadále velmi vnímám potřebu silné mediální osobnosti, popularizátora archeologie z řad praktikujících odborníků nebo akademiků, který by se vyjadřoval k archeologické problematice pravidelně, a i běžný občan by si po zaznění jeho jména dokázal spojit obličej s jeho polem působnosti. V roce 2014 byl takto mediálně výrazný především egyptolog Miroslav Bárta, zejména v regionech pak byl často zmiňován a oslovován archeolog a vedoucí katedry archeologie Univerzity Hradec Králové

Radomír Tichý, který se vyjadřoval v rámci svého oboru či prezentoval program Archeoparku ve Věstarech, ale byl představován také ve zdánlivě nedůležitých anketách, kterými sice přímo nepropagoval obor archeologie jako takové, ale nevtíravým způsobem se tak dostal do povědomí čtenářů.

Velkým negativem a problémem současné novinářiny je boj o prostor, který se projevuje na množství informací, které jsou zejména v tištěných médiích publikovány. Zobecnování textu je bohužel aktuálním trendem. Mainstreamová média jsou majiteli tlačena k většímu zisku, ubývá stran a mediální prostor je nabízen více také inzerentům na úkor textu. Proto je velmi důležité, aby již tak omezený prostor byl využit co nejefektivněji.

Při dotazníkovém zkoumání se pracovníci médií opakovaně vyjádřili k zájmu o archeologickou a historickou tematiku a byli velmi otevřeni k jakýmkoliv relevantním informacím, které se odborníci uvolí z vlastní iniciativy nabídnout. Vzájemná spolupráce odborníků a novinářů při nastolování archeologické problematiky do médií je klíčová. Při současném objemu informací, kterými se novináři a novinářky musí při běžném pracovním dni v redakci probírat, je důležité, aby měli přístup přímo ke zdroji, tedy k odborníkovi, který je ochotný a schopný poskytnout informace k tématu.

7. Portály uveřejňující pozvánky na akce

www.prazsky-zpravodaj.cz

www.cokdyvpraze.cz

www.pragueout.cz

www.kamvpraze.cz

www.zakulturou.cz

www.cityofprague.cz

www.informuji.cz

www.vyletnik.cz

www.paseo.cz

www.kdykde.cz

www.rodinnevylety.cz

www.tipynavylet.cz

www.atlasceska.cz

www.kudyznudy.cz

8. Seznam použitých pramenů

Literatura:

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, 391 s. Studium. ISBN 80-85947-67-6.

Vencl, Slavomil. *Úvahy nad Archeologií pravěkých Čech*. Archeologické rozhledy 6, 2009.

Tisková zpráva:

Unie vydavatelů. Media projekt 1. 4. - 30. 9. 2014, tisková zpráva [online]. Praha, 6. listopadu 2014 [2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.unievychavatelu.cz/gallery/files/mpk19tz06.pdf>.

Elektronické zdroje:

<http://uprav.ff.cuni.cz/?q=node/273> [cit. 2015-04-03].

http://zpravy.idnes.cz/cesti-egyptologove-nalez-hrobky-dor-/zahranicni.aspx?c=A121102_145758_zahranicni_ts [cit. 2015-04-05].

<http://magazin.libimseti.cz/cestovani/9267-jsou-archeologove-jako-indiana-jones> [cit. 2015-04-05].

<http://www.novinky.cz/cestovani/214981-relikviar-svateho-maura-nevedeli-co-hledaji-nasli-poklad.html> [cit. 2015-04-05].

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/132578-rusky-indiana-jones-nasel-dve-amfory/> [cit. 2015-04-05].

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/132742-putin-archeolog-sklizi-jen-posmech/> [cit. 2015-04-05].

<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/138497-putin-archeolog-senzacni-nalez-byla-scenka-pro-media/> [cit. 2015-04-5].

Databáze:

MEDIÁLNÍ ARCHIV NEWTON Media, a.s. - MEDIASEARCH [online databáze].
Praha (CZ) : Právo, Mladá fronta DNES, Hospodářské noviny, Blesk, Lidové noviny, www.novinky.cz, www.zpravyidnes.cz, www.iHNed.cz, www.blesk.cz, www.lidovky.cz, retrospektiva od 1. 1. 2014 do 31.12. 2014 [cit. 2. 2. 2015]. Dostupné z mediálního archivu: <http://mediasearch.newtonmedia.cz/login.php?r=%2Findex.php&m=-10>.

9. Obrazové přílohy

Příloha č. 1: Nejznámější filmový archeolog Indiana Jones



Zdroj: <http://hd-shock.com/content/indiana-jones/indiana-jones-06.html>

Příloha č. 2: Archeoložka Lara Croft z počítačové hry Tomb Raider



Zdroj: <http://www.officialpsds.com/Lara-Croft-Tomb-Raider-PSD64097.html>

Příloha č. 3: Ruský prezident Vladimir Putin sehrál pro média roli archeologa



Zdroj: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/132742-putin-archeolog-sklizi-jen-posmech/>